

CLIMA ORGANIZACIONAL COMO FATOR CONTRIBUINTE PARA A MOTIVAÇÃO E A SATISFAÇÃO NO TRABALHO

Marília Bugnotto Segatto ¹

Marta Cristina Wachowicz ²

RESUMO

O objetivo do presente artigo é explanar sobre a importância da aplicação de uma pesquisa de clima organizacional em uma empresa, e esclarecer o quão isso pode contribuir para os resultados da empresa e a motivação e satisfação dos funcionários. Portanto, para a elaboração dessa pesquisa, foram utilizados métodos qualitativos de caráter descritivo, proporcionando maior entendimento sobre o assunto, fundamentando o que é a pesquisa de clima e seus benefícios dentro de uma organização, e como isso pode ser aprimorado nas empresas. Assim sendo, pode-se entender durante as leituras sobre o tema acima, que o clima organizacional, nada mais é que a forma com que os funcionários veem a sua empresa, e como é o sentimento dos mesmos em relação à algumas questões em destaque (liderança, relacionamento interpessoal, comunicação interna, ambiente físico organizacional e remuneração), e foi compreendido que se toda empresa fizer a aplicação correta de uma pesquisa organizacional com certa frequência, poderá ser identificado como está o grau de satisfação de seus funcionários de acordo com os dados citados acima, e o que pode ser melhorado na organização. Para isso, entendeu-se que além dos funcionários se adaptarem a essa realidade que pode os ajudar a obterem mais resultados com qualidade na empresa, as organizações também precisam se preparar para as críticas e elogios que irão receber, e com isso, é necessário estarem abertos e flexíveis a mudanças para melhores resultados. Portanto, foi sugerido no atual artigo que seja aplicada frequentemente a pesquisa de clima nas empresas para obter-se satisfação em todas as áreas da empresa, ou seja, gerando satisfação aos gestores (com funcionários mais motivados e gerando resultados positivos) e motivação aos funcionários (com um ambiente mais satisfatório e recompensador).

Palavras-chaves: Clima Organizacional; Pesquisa de Clima; Motivação no Trabalho.

¹ Pós Graduanda em Gestão de Pessoas com Coaching (Sant'ana Pós Graduação), Graduada em Psicologia (Unigran). Email: marilia_bsegatto@hotmail.com

² Professora Mestre Marta Cristina Wachowicz, psicóloga do trabalho/ergonomista. Email: marta.c.wachowicz@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this article is to explain the importance of applying an organizational climate survey to a company, and to clarify how this can contribute to the company's results and employee motivation and satisfaction. Therefore, for the elaboration of the article, qualitative methods of descriptive character were used, providing a greater understanding on the subject, basing what is the climate research and its benefits within an organization, and how this can be improved in the companies. Thus, it can be understood during the readings on the above topic that the organizational climate is nothing more than the way employees view your company, and how they feel about some of the issues highlighted (leadership, interpersonal relationship, internal communication, organizational physical environment and remuneration), and it has been understood that if every company makes the correct application of an organizational survey with certain frequency, it can be identified how is the satisfaction of its employees according to the data cited above, and what can be improved in the organization. For this, it was understood that in addition to employees adapting to this reality that can help them achieve more quality results in the company, organizations also need to prepare for the criticism and praise they will receive, and with that, it is necessary to be Open and flexible to changes for better results. Therefore, it was suggested in the current article that climate research be applied frequently in companies to obtain satisfaction in all areas of the company, that is, generating satisfaction for managers (with more motivated employees and generating positive results) and motivation for employees (With a more satisfying and rewarding environment).

Keywords: Organizational climate; Climate research; Motivation at work.

1. INTRODUÇÃO

O clima organizacional é um conjunto de reflexos, comportamentos e valores dentro de uma organização, que inclui diretores, supervisores, analistas, auxiliares, entre várias outras classes dentro de uma empresa, ou seja, o clima nada mais é do que a forma com que estas pessoas percebem a empresa e como elas reagem dentro dela. Deste modo, segundo Ferreira (2015), percebe-se que o clima é um fator essencial em uma organização, ressaltando a importância de relacionamento entre os colaboradores e a sua satisfação no ambiente de trabalho.

Essa percepção pode ser tanto boa quanto ruim, podendo ser em relação as normas da empresa, liderança, relações interpessoais e políticas, sendo assim, é de suma importância a aplicação de uma Pesquisa de Clima nas organizações, para termos ciência da percepção dos colaboradores, e com isso, solucionar transtornos causados pela insatisfação. Assim sendo, segundo Baroni e Nicoletti (2007), afirmam que o clima organizacional está relacionado com o grau de satisfação de seus funcionários, ou seja, uma empresa que não aplica uma pesquisa de clima com frequência e corretamente, pode acarretar em resultados negativos nas organizações e funcionários desmotivados, por não terem o conhecimento da insatisfação dos mesmos.

Além das considerações acima, ressalta-se, a importância da participação do gestor na qualidade de vida dos seus funcionários, como afirmam Ribeiro e Santana (2015) a implantação de uma gestão na qualidade de vida dos funcionários, é essencial para proporcionar ambientes mais agradáveis, condições melhores nos aspectos de: saúde, físico, emocional e social, sempre em buscando um clima satisfatório na organização e podendo assim, agir a favor de resultados positivos.

Diante das situações citadas anteriormente, percebe-se a importância da aplicação correta da PCO (Pesquisa de Clima Organizacional) dentro das empresas, pois, sabemos a significância de termos uma organização em que os colaboradores trabalhem sempre em harmonia e motivados, para que possamos colher resultados positivos, portanto, todos os departamentos das empresas, precisam trabalhar em união para que todos tenham uma boa relação interpessoal e assim, um Clima Organizacional que possa auxiliar a gerar resultados positivos.

Portanto, o objetivo do presente projeto é ressaltar a importância da aplicação de

uma pesquisa de clima para uma empresa, destacando os pontos de melhora com a aplicação da pesquisa.

2. METODOLOGIA

O método utilizado para o presente trabalho é de pesquisa qualitativa, em que, segundo Godoy (1995), tem caráter descritivo, contemplando uma visão ampla de todo fenômeno que está sendo estudado, considerando que, todos os dados da realidade são importantes e devem ser examinados. Quanto aos objetivos, é caracterizado como exploratório-descritiva, ou seja, é exploratória porque teve como objetivo proporcionar mais entendimento sobre o assunto, e descritivo, pois buscou-se descrever elementos que fundamentam uma Pesquisa de Clima organizacional e sua influência dentro de uma organização. Portanto, para a conclusão do projeto, serão utilizados para estudo e discussão alguns artigos científicos, livros da área que está sendo abordado o tema e revistas científicas.

3. DISCUSSÃO

3.1 Clima Organizacional

O clima organizacional pode ser considerado como uma percepção dos funcionários em relação à organização da empresa e ao ambiente de trabalho. Uma das formas para melhor compreender a definição de clima organizacional é considerar algumas das propriedades, seja através do estudo de aspectos conceituais, seja através da análise e da identificação de categorias com os componentes e respectivos indicadores que possam subsidiar a elaboração de modelos específicos para a análise em determinadas organizações ou instituições, sejam públicas e privadas, afirma Rizzatti (2002).

Pode-se entender, então, que o clima organizacional está relacionado com o grau de satisfação e as necessidades dos funcionários. Segundo Maciel (2011) o clima organizacional está totalmente relacionado com as expressões dos funcionários diante os

valores, políticas, relacionamentos e as práticas da empresa, portanto, por se tratar de um conceito importante e abrangente, a pesquisa de clima consegue resumir numerosas percepções num pequeno grupo de dimensões para caracterizar as percepções das pessoas sobre os grupos e equipes em que trabalham.

Segundo Luz (2003) apud Maciel (2011) o clima organizacional pode ser definido como

As impressões gerais ou percepções dos empregados em relação ao seu ambiente de trabalho; embora nem todos os indivíduos tenham a mesma opinião, pois não têm a mesma percepção, o clima organizacional reflete o comportamento organizacional, isto é, atributos específicos de uma organização, seus valores ou atitudes que afetam a maneira pela qual as pessoas ou grupos se relacionam no ambiente de trabalho. (LUZ, 2003, p.10)

Sendo assim, entende-se que o clima organizacional está relacionado ao grau de satisfação dos funcionários. Segundo Lacombe (1999) apud Maciel (2003) o clima organizacional reflete na satisfação dos funcionários juntamente com o ambiente interno de uma empresa, pode ser positivo ou negativo, depende da qualidade de vida na empresa, ou seja, existem inúmeros fatores dentro de uma organização que podem tornar o ambiente mais favorável ou menos favorável para o funcionário, dentre eles, ambiente de trabalho, relacionamentos interpessoais, estrutura da empresa, benefícios, políticas, comunicação interna, liderança, entre outros.

Percebe-se, portanto, a necessidade em diagnosticar o clima organizacional, tanto nos efeitos nos colaboradores, como na organização. Segundo Coelho (2004) a forma de diagnosticar o clima em uma empresa, é vista pelo gestor como uma ferramenta para ajuste da relação sujeito-organização, contribui para o desenvolvimento da dinâmica organizacional.

Uma forma de mensurar o clima em uma empresa, é na aplicação de uma pesquisa de clima. Baroni e Nicoletti (2007) alegam que o objetivo da pesquisa é de compreender como estão todas as relações em uma empresa, não apenas na satisfação e motivação, e sim na compreensão das políticas da empresa também, portanto, todo funcionário tem um sentimento em relação a empresa que trabalha, e a pesquisa de clima é uma ferramenta que auxilia a mensurar como está a satisfação do funcionário em relação a mesma, sempre a buscar resultados positivos, tanto para empresa, quanto para o colaborador.

3.2 Pesquisa de Clima Organizacional

Ressalta-se aqui a importância de uma pesquisa de clima para mensurar o grau de satisfação dos funcionários em relação a empresa, segundo Luz (2003) a pesquisa de clima organizacional nada mais é que um método mais formal de avaliação de satisfação, sendo capaz de fornecer informações aos gestores de uma empresa sobre o sentimento dos funcionários em relação a mesma, ressaltando que também abrange outros tipos de graus de satisfações, como em relação a gestão, ao ambiente de trabalho e as políticas da empresa.

Segundo Luz (2003, p. 42) “ [...] é um instrumento importante para fornecer subsídios capazes de aprimorar continuamente o ambiente de trabalho”, portanto, percebe-se que quando aplicada corretamente, a pesquisa de clima pode fornecer subsídios muito importantes para se ter um ambiente de trabalho harmonioso, com funcionários satisfeitos, e contribuir para bons resultados dentro da organização.

Quando se aplica a pesquisa de clima para verificação da satisfação dos colaboradores de uma empresa, segundo Brum (2003) além dos funcionários, a empresa também precisa estar preparada para receber críticas, elogios, e entender que nem sempre, por mais que os funcionários estejam sempre presentes e a realizar as atividades corretamente, quer dizer que estão satisfeitos, portanto, é necessário que a organização se prepare para qualquer tipo de efeito que a pesquisa pode gerar e esteja apta a mudanças para melhores resultados internos.

Sob esta ótica, vários estudos têm sido feitos, para abordar o conceito e a natureza do clima organizacional. Hall (1984), por exemplo, caracteriza o tema como representado pelos conceitos que os indivíduos partilham a respeito do lugar em que trabalham. Como conceitos, as percepções de clima são abstrações significativas de conjuntos de indícios baseados nos acontecimentos, condições, práticas e procedimentos que ocorrem e caracterizam a vida diária de uma organização. Pode-se concluir então, que o estudo de clima pode ser um excelente instrumento de feedback e de intervenção organizacional, traz contribuições valiosas para o conhecimento e o manejo do funcionamento das organizações e dos colaboradores. Sua extensão, entretanto, não está firmemente estabelecida entre a variedade de conceitos usados em pesquisa organizacional.

3.3 Fatores que influenciam no clima

3.3.1 Liderança

Quando se fala em clima organizacional, lembra-se da liderança como influência para satisfação dos funcionários em uma empresa, já que liderança envolve cumplicidade e bom relacionamento entre funcionário e gestor para obter-se um bom resultado na organização.

Para Stoner (1999), o processo de liderança é uma técnica que tem a capacidade de dirigir e influenciar atividades relacionadas a tarefas de membros de um mesmo grupo, pode mudar atitudes dos subordinados. Cruz (2005) também afirma que a liderança em uma empresa é considerada um processo de muita influência, em que os indivíduos são orientados a atingir metas, e isso só é possível se há um acompanhamento e bom relacionamento entre o gestor e o funcionário, sendo assim, quando há satisfação no trabalho para busca de resultados positivos.

[...] a situação mais favorável para um líder influenciar seu grupo, é aquela em que ele é estimado pelos membros (boas relações líder-membros), tem uma posição de grande poder (alto poder de posição) e dirige um trabalho bem definido (alta estruturação de tarefa). (HERSEY e BLANCHARD 1986, p. 118)

Entende-se então que a liderança como grande influência no dia – a – dia de um colaborador, é importante que o gestor busque sempre uma boa relação com os funcionários, saber delegar de forma correta as atividades de todos que estão sob a gestão para satisfação de todos.

Violin (2004) afirma que dentro de uma liderança, destaca-se as necessidades das pessoas, ou seja, dos funcionários, sempre tentar compreendê-los, buscar o que esperar de um emprego e tentar responder todas as expectativas dos mesmos, os gestores devem tentar agir dessa forma no dia – a – dia, para que haja uma interação entre os objetivos da empresa, com a satisfação dos colaboradores.

Portanto, pode-se afirmar que a liderança é uma peça chave para influenciar os funcionários em uma pesquisa de clima, já que todo líder é um espelho para os funcionários e se não há uma boa relação entre as partes, a motivação e o sentimento dos colaboradores em uma empresa são negativos, desmotivando-os e gerar insatisfação e resultados ruins na pesquisa de clima.

3.3.2 Comunicação Interna

A comunicação, segundo Scroferneker (2006) significa trocas, atos e ações que são compartilhadas entre seres, pressupõe interações, diálogos e respeito mútuo do falar e ouvir o outro, escutar, entender e compreender o que o outro diz.

Para Chiavenato (2004) a comunicação é a primeira área quando se trata de relações interpessoais, é um dos principais métodos para influência do comportamento humano nas organizações, ou seja, é importante ressaltar a forma que a comunicação pode influenciar na motivação e satisfação de colaboradores, e até mesmo saber como está a interação entre os indivíduos em uma empresa, sendo que, se existe algum conflito entre os colaboradores, provavelmente, a comunicação não é eficaz e adequada, pode o desempenho da organização ser afetada.

E a comunicação em uma organização é algo imprescindível para que as atividades funcionem adequadamente. Ela tem a função de motivar as pessoas, como ela também pode desmotivar, ela vem para facilitar a avaliação dos trabalhos feitos na empresa e o que pode melhorar, ou seja, como citado anteriormente, a comunicação pressupõe interações e diálogo entre os seres, e o momento de falar e saber ouvir e entender o próximo, portanto, deve-se ser cauteloso ao falar com os seres, principalmente no ambiente organizacional, onde qualquer coisa falada pode motivar ou desmotivar os colaboradores.

3.3.3 Relacionamentos Interpessoais

A preocupação com o estado emocional dos funcionários e o acompanhamento das relações interpessoais entre eles, tem se tornado uma prática muito comum nos meios empresariais, isso porque, segundo Feitosa e Máximo (2014) as empresas atuais não querem ser prejudicadas por conta de desentendimentos decorrentes de relações conflituosas, portanto, as organizações buscam antes disso, identificar os fatores que possam influenciar nos relacionamentos dos colaboradores para evitar situações que possam prejudicar a empresa.

Ainda os autores afirmam que as relações interpessoais podem sim influenciar no ambiente de trabalho, pois fatores como personalidade, cultura e fatores emocionais são capazes de modificar o comportamento de cada indivíduo no dia-a-dia, portanto, se

não existe conhecimento sobre o comportamento do colega de trabalho e se não há uma relação saudável, de empatia, as relações podem influenciar o trabalho e a satisfação dos colaboradores. Sendo assim, destaca-se a importância da aplicação correta de uma Pesquisa de Clima Organizacional para identificar o grau e os motivos de insatisfação dos colaboradores em relação a outras pessoas que estão no mesmo ambiente de trabalho.

3.3.4 Ambiente físico da organização

Dentro de uma visão mais atual, o ambiente é visto como um conjunto de componentes interdependentes. Por isso, a organização deve se concentrar na criação de condições que facilitem um alto nível de rendimento durante longo período de tempo e também permitir a cada funcionário, através da associatividade e do trabalho na organização, o atendimento de algumas das necessidades mais importantes, afirma Rizzatti (2002).

Boas condições físicas em uma empresa é essencial para garantir e suprir as necessidades básicas dos colaboradores que integram nela, como afirmam Pinheiro de Aquino apud Luz (2007), zelar por boas condições físicas, tem o objetivo de manter motivados e produtivos os colaboradores, estimulados para contribuir para o alcance dos objetivos organizacionais.

Através do monitoramento constante da pesquisa de clima organizacional, avalia-se também os critérios que estão relacionados a salubridade emocional dos colaboradores, e esse monitoramento oferece a oportunidade de a empresa sempre estar realizando melhorias em relação ao ambiente de trabalho, para gerar resultados positivos nos negócios.

A higienização também é um fator essencial para despertar o desejo de produzir nos colaboradores, um ambiente sujo e desorganizado desperta insatisfação, no que acarreta desmotivação, afirma Ferreira (2015).

Portanto, cuidar das condições físicas no trabalho, é de extrema importância para a satisfação e motivação dos colaboradores em quererem produzir mais e gerar resultados positivos para a empresa.

4. CONCLUSÃO

Através dos estudos realizados para entender o objetivo e os resultados de uma aplicação de pesquisa de clima e como ela pode influenciar na motivação e satisfação de um colaborador, pode-se perceber que a mesma é uma ferramenta que identifica o clima organizacional dos colaboradores e seus relacionamentos dentro uma organização, ou seja, com a aplicação dela obtemos os resultados e identificamos o grau de satisfação dos funcionários, servindo de base para reformulações e formulações estratégicas de dentro de uma empresa, auxiliando gestores a obterem respostas de pesquisas para melhores resultados.

E foi entendido que a aplicação da pesquisa de clima permite uma coleta de dados que são necessários para encontrar resultados aos fatores que podem influenciar em um ambiente organizacional. Entende-se, portanto, que para ter um ambiente harmonioso dentro de uma organização, tem-se a necessidade da aplicação de uma pesquisa de clima organizacional, para ser identificado todas as oportunidades de melhora na empresa, e grau de satisfação dos funcionários, ou seja, saber como os mesmos se veem dentro da empresa e se estão satisfeitos, pensando nos resultados positivos que os mesmos podem gerar estando motivados.

Portanto, sugere-se a aplicação de uma pesquisa de clima e compreende-se que a mesma é de extrema importância para a ciência dos gestores em relação ao grau de satisfação dos seus funcionários e assim, gerando bons resultados para a empresa.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARONI, Carina; NICOLETI, Gerson Gilberto. Pesquisa de clima organizacional: consórcio nacional Sudamérica Ltda, filial Blumenau – SC. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.1, n.2, p.01-14, Sem I. 2007 Edição Temática TCC's - I ISSN 1980-7031.

BRUM, A. M. Respirando endomarketing. 2ª Ed. Porto Alegre: L&PM, 2003.

CHIAVENATO, Idalberto. Comportamento Organizacional: a dinâmica do sucesso das organizações. São Paulo: Thomson, 2004.

COELHO, Cristina Lúcia Maia. Clima organizacional e stress numa empresa de comércio varejista. Revista psicologia Organizações e Trabalho. Florianópolis, v.4, n.1, jun, 2004. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-66572004000100002>. Acessado em: 05 de Outubro de 2016.

CRUZ, Renata Braga. A influência da liderança na motivação dentro do contexto organizacional. Jul, 2005.

D' OTAVIANO, João Luiz. Pesquisa de clima organizacional: Um estudo de caso em um laboratório farmacêutico. Goiânia, 2009.

FEITOSA, Micaele Rodrigues; MÁXIMO, Agna Ligia Pinheiro. A Influência do relacionamento interpessoal no ambiente de trabalho: Um estudo bibliográfico. VI Semana de Iniciação Científica da Faculdade de Juazeiro do Norte, 2014.

FERREIRA, Fernanda dos Santos. Fatores que influenciam no clima organizacional de uma equipe de atendimento ao cliente. **Revista pós-graduação: Desafios contemporâneos**. Rio Grande do Sul, v.2, n.3, jul/2015.

GODOY, Arlida Schmidt. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de empresas**. São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, mar/abr, 1995.

HALL, Richard H. Organizações: estrutura e processos. Rio de Janeiro: Prentice Hall do Brasil, 1984.

HERSEY, P.; BLANCHARD, H. K. Psicologia para Administradores. São Paulo: EPU, 1986.

LUZ, Ricardo. Gestão do clima organizacional. Rio de Janeiro, qualitymark, 2003.

MACIEL, Gilson Luis Salomão. Análise do clima organizacional de uma agência bancária de Curitiba – PR. Curitiba, 2011.

RIBEIRO, Larissa Alves; SANTANA, Lídia Chagas. Qualidade de vida no trabalho: Fator decisivo para o sucesso organizacional. **Revista de Iniciação Científica**. Bahia, v.2, n.2, p. 75-96, jun/2015.

RIZZATTI, G. Categorias de análise de clima organizacional em Universidades Federais brasileiras. Tese Doutorado – Universidade Federal de Santa Catarina. 30 setembro, 2002.

SCROFERNEKER, C. M. A. Trajetórias teórico-conceituais da Comunicação Organizacional. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, n. 31, p. 47-53, dez/2006.

STONER, J. A. F; FREEMAN, R. E. Administração. 5.ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

VIOLIN, Fábio L. O que é ser líder. Disponível em: <http://www.gilbertowiesel.com.br/html/artigos/grandes_desafio.htm>. Acessado em: 20 de Agosto de 2016.