

CLIMA ORGANIZACIONAL EM UMA ENVASADORA DE ÁGUA MINERAL NO INTERIOR DE SP

Claudia Cobêro
claudia.cobero@terra.com.br
FAQ e FAEX

HELEN SOUZA DIAS DA SILVA
claudia.cobero@terra.com.br
faq15socorro@gmail.c

Resumo: O presente trabalho sobre Clima Organizacional foi realizado numa Empresa de envasamento de água mineral no interior do estado de São Paulo, e teve como objetivo realizar um estudo, visando analisar as percepções e o nível de satisfação de seus trabalhadores em relação ao relacionamento com os líderes, autonomia para execução do trabalho. Para o desenvolvimento deste trabalho foi realizado na empresa uma pesquisa exploratória, contando com a participação de 65 colaboradores para a aplicação de um questionário, com 13 questões nominais e intervalares na escala Likert de 5 pontos, sem 5 para muito bom, 4 para bom, 3 para regular, 2 para ruim e 1 para muito ruim. Após a finalização da pesquisa obteve-se como resultado positivo a variável com maior média foi “A relação entre colaboradores e Líderes” e “Pra você trabalhar aqui é” e a variável com pior avaliação foi “Qualidade de treinamentos” e “Benefícios oferecidos”.

Palavras Chave: Clima - Organizacional - Envasadora - Ambiente - Colaboradores

1 – INTRODUÇÃO

A incessante busca pela competitividade e a permanente luta das empresas para manterem-se no mercado, por razões diversas, dentre as quais se referencia a globalização e o avanço tecnológico. Acelerando o ritmo do cotidiano, inculcando nos organismos a premissa da inovação, sempre haverá algo novo a se ofertar e necessidades a serem criadas, tornando o anterior obsoleto.

Sem as pessoas sabe-se que as organizações não sobrevivem e estas precisam das organizações para viver, é incontestável andarem paralelamente para conquistar o sucesso. Mas nem sempre é o que acontece, não é raro as empresas focarem no resultado esquecendo o principal sujeito, as pessoas.

Quando alguém constitui uma empresa, aspira que ela cresça de forma ilimitada; no entanto para alcançar este ideal é necessário estar atenta as influencias externas e internas. Um dos fatores internos que merece atenção é o clima organizacional que reflete o comportamento da organização. Isso afeta a maneira pela qual os trabalhadores se relacionam e a qualidade do ambiente de trabalho percebida pelos colaboradores influencia seus comportamentos.

Se a qualidade for boa eleva os aspectos motivacionais aumentando o rendimento do profissional, se for ruim a motivação tende a diminuir e conseqüentemente o rendimento. Portanto é imprescindível saber como se apresenta o clima da empresa, com fins de manter um ambiente onde os indivíduos percebem a sua importância no processo, sintam-se motivados, trabalhem satisfeitos e de forma eficiente, com vistas a realizar os objetivos organizacionais.

As pessoas passam a maior parte do dia nos seu local de trabalho, é natural almejar um ambiente agradável, onde as idéias afluam, as atividades se desenvolvam e os que ali estão, sintam prazer em colaborar para que os resultados sejam positivos. Caso contrário este fator pode gerar baixas produtividades em realizar suas atividades com qualidade e motivação. Este fator pode gerar um aumento da rotatividade do absenteísmo, abstenção em eventos promovidos, entre outros. É importante certificar-se quanto à insatisfação ser universal ou isolada e a sua representatividade.

Assim sendo, o presente trabalho analisou o seguinte problema de pesquisa: Quais os fatores que influenciam positivamente e negativamente o Clima Organizacional da envasadora analisada?

Este trabalho teve por objetivo realizar um estudo sobre Clima Organizacional, visando verificar as percepções e o nível de satisfação de seus trabalhadores em relação ao relacionamento com os líderes, autonomia para execução do trabalho. O reconhecimento no trabalho executado, os treinamentos para desenvolvimento, estabilidade e segurança no emprego, crescimento na carreira, benefícios oferecidos. A avaliação desses itens é a fim de propor sugestões de melhorias com base nos dados da pesquisa para a empresa aumentar e melhorar seus resultados junto aos seus funcionários.

1.1 – OBJETO DE ESTUDO

A empresa é uma envasadora, no segmento de indústria especializado em envase de água. Está no mercado desde 1998. Possui uma área constituída de aproximadamente 4.386,28 m²; localizada no estado de São Paulo e possui 65 colaboradores.

A empresa conta com 13 tipos de produtos oferecidos para o mercado consumidor, e com o principal segmento de mercado sendo para centro de distribuições, para serem despachados para mercados, restaurantes, hotéis, entre outros.

Seus produtos e processos de fabricação são certificados pelo mais diversos sistemas de qualidade, dentre eles Licença Instalação e Operações – CETES, Alvará Sanitário, Análise LAMIN, Alvará funcionamento, Análise RDC 275, Análise RDC 274 e outros. Possui representantes comerciais em diversos estados do país, um canal de vendas que conta com cerca de 500 clientes pelo Centro de Distribuição no Mercado.

2 – REFERENCIAL TEÓRICO

Neste tópico serão apresentadas algumas definições e bases teóricas pertinentes ao estudo.

2.1 – GESTÃO DE PESSOAS

Conforme Chiavenato (2004), o administrador em seu trabalho, executa quatro atividades que forma ao procedimento administrativo: planejar, organizar, liderar e comandar. Como o administrador não faz seu trabalho sozinho, depende das pessoas que formam sua equipe, ele precisa exercer essas atividades, que através dela o administrador atingi suas metas e objetivos.

Para Chiavenato (2004), para atingir objetivos pessoais e organizacionais, a gestão de pessoas é a atividade que admite a ajuda eficiente das pessoas. As forças e fraquezas de uma empresa estão diretamente ligadas á maneira que as pessoas são tratadas. Para se alcançar o objetivo da gestão é de extrema importância que as pessoas tenham princípios de eficácia junto a empresa.

Os objetivos da gestão são variados:

- Ajudar a organização a alcançar seus objetivos e realizar sua missão.
- Proporcionar competitividade à organização.
- Proporcionar à organização pessoas bem treinadas e bem motivadas.
- Aumentar a auto realização e a satisfação das pessoas no trabalho.
- Desenvolver e manter qualidade de vida no trabalho.

Ainda Chiavenato (2004), a avançada gestão de pessoas depende de diversas atividades associadas como: motivação e satisfação, estabilidade, aperfeiçoamento, treinamentos, salários, comportamento, análise das atividades, incentivo as pessoas, orientação, escolha, recrutamento, elaboração de projetos de RH e descrição de cargos.

Os 6 processos de gestão de pessoas:

- **Processos de agregar pessoas:** Procedimentos utilizados para acrescentar novas pessoas na organização podem ser designados processos de nomeação para o cargo, Integram recrutamento e escolha de pessoas.
- **Processos de aplicar pessoas:** São processos usados para ensinar e observar seu comportamento, descrever as operações e tarefas que as pessoas irão cumprir na organização.

- **Processos de recompensa pessoas:** Processos que utilizam de gratificação, prêmios, salários, lucros e proveitos, para estimular as pessoas a atender suas necessidades pessoais.
- **Processos de desenvolver pessoas:** Envolve sua prática, crescimento, administração da capacidade, eficiência, habilidade, projetos de mudanças e crescimento de carreiras. Usa-se para qualificar, desenvolver o crescimento individual, profissional das pessoas.
- **Processos de manter pessoas:** São procedimentos usados, para que as pessoas tenham condições psicológicas para o bem-estar na organização.
- **Processos de monitorar pessoas:** Engloba-se tecnologia, sistema de informação. Usados para conduzir, monitorar as atividades, examinar os resultados.

No processo de gestão de pessoas, a elaboração de um projeto deve ser compreendido como um conjunto de atividades que visa organizar pessoas certas para executar suas atividades, em qualidade dos produtos, capacidade considerável, com proporção da satisfação, que condicionem a motivação para execução das atividades.

De acordo com Knapik (2008), a gestão de pessoas está cada vez mais, abrangendo uma posição estratégica nas empresas, em busca de garantia de vantagens competitivas no mercado.

Desta maneira, é necessário e fundamental o administrador criar, difundir conhecimentos, comportamentos constantes, visando ao desenvolvimento econômico, da mesma maneira incentivar as pessoas de novas atividades, capacidade de conhecimento.

2.2 – MOTIVAÇÃO

Segundo Maximiano (2004), a palavra motivação deriva do latim *motivus, movere*, que significa mover. Em seu sentido original, a palavra indica o processo pelo qual o comportamento humano é incentivado, estimulado ou energizado por algum tipo de motivo ou razão.

Chiavenato (2000), a motivação funciona em termos de forças ativas e impulsionadoras, traduzidas por palavras funciona como desejos e receio, o indivíduo deseja poder, deseja status, receia o ostracismo social, receia as ameaças à sua auto estima.

Para Maximiano (2004), a motivação tem 3 propriedades:

Direção: o objetivo do comportamento motiva

Intensidade: a magnitude ou força dos motivos

Permanência: o tempo durante o qual a motivação se manifesta.

Motivação no trabalho é um estado psicológico de disposição, interesse ou vontade de perseguir ou realizar uma tarefa ou meta. A motivação para o trabalho é resultante de uma integração de motivos complexos, internos e externos:

Motivos internos: necessidade, aptidões, valores e habilidades das pessoas.

Motivos externos: estímulos ou incentivos que o ambiente oferece ou objetivos que a pessoa persegue.

Segundo Chiavenato (2000), as pessoas são diferentes no que refere a motivação; as necessidades variam de indivíduo para indivíduo, produzindo diferentes padrões de

comportamento, valores sociais e as capacidades variam no mesmo indivíduo conforme o tempo. Apesar de todas essas diferenças, o processo que eleva o comportamento é mais ou menos semelhante para todas as pessoas.

O ciclo motivacional começa com o surgimento de uma necessidade. A necessidade é uma força ativa e constante que provoca comportamento. Toda vez que surge uma necessidade esta desfaz o estado de equilíbrio do organismo, causando um estado de tensão, insatisfação, desconforto e desequilíbrio. Se o comportamento for eficaz, a pessoa encontrará a satisfação da necessidade e, portanto, a descarga da tensão provocada por ela. Satisfeita a necessidade, o organismo volta ao estado de equilíbrio anterior, à sua forma de ajustamento ao ambiente.

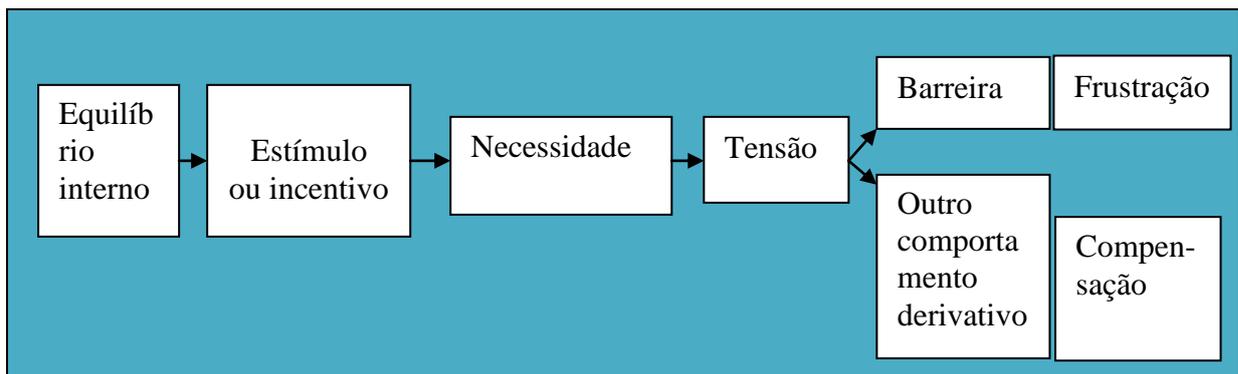


Figura1: Ciclo Motivacional.

Ainda Chiavenato (2000), no ciclo motivacional a necessidade nem sempre pode ser satisfeita. Ela pode ser despontada, ou ainda pode ser compensada. A necessidade não é satisfeita nem despontada, mas transferida ou reparada. Isto se dá quando a satisfação de uma outra necessidade diminui ou tranquiliza a intensidade de uma necessidade que não pode ser satisfeita.

A satisfação de algumas necessidades é temporal, a motivação humana é repetitivo: o comportamento é quase um processo contínuo de resolução de problemas e de satisfação de necessidade, à medida que vão surgindo.

Segundo MASLOW (1962 apud CHIAVENATO, 2000, p.83) pioneiro no estudo motivacional e McClelland; as necessidades humanas são divididas em 5 categorias.

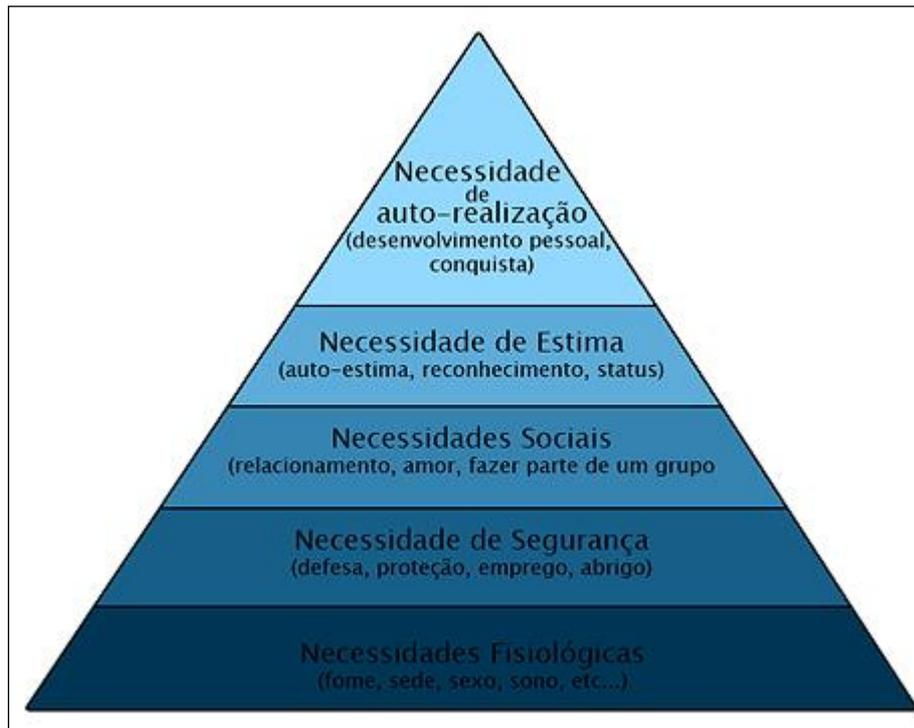


Figura 2: Hierarquia das necessidades humanas segundo Maslow

Necessidade fisiológicas: É o nível mais baixo de todas as necessidades humanas. São necessidades como: alimentação (fome e sede), sono e repouso, abrigo, desejo sexual, ou seja, são as necessidades biológicas.

Necessidade de segurança: Leva a pessoa a proteger-se de qualquer perigo real ou imaginário, físico ou abstrato. Busca de proteção contra ameaça, fuga ao perigo de estabilidade. A busca de um mundo previsível.

Necessidade sociais: São as necessidades de aceitação social, necessidade de relacionar com outras pessoas, de participação, de aceitação de colegas e novos amigos. A frustração dessas necessidades conduz geralmente a falta de adaptação social e a solidão.

Necessidade estima: É como a pessoa se vê e se avalia, com a estima ela envolve a autoconfiança, prestígio, *status*, reputação e consideração. Sua frustração pode conduzir sentimentos de inferioridades, fraqueza, sendo que, pode levar ao desânimo.

Necessidade auto realização: É a necessidade humana mais elevada. São as necessidades que levam cada pessoa a tentar realizar seu próprio potencial e se desenvolver continuamente como humano ao longo da vida.

Já McClelland (1961 apud, BATEMAN & SNELL, 1998 p. 366), propôs uma teoria da motivação, acreditando que as necessidades humanas surgem da interação com seu ambiente, tendo identificado três delas na dinâmica do comportamento humano:

Necessidades de poder: caracterizar-se pelo forte desejo de dominar e controlar, chefiar, influenciar e manter impacto sobre as outras pessoas;

Necessidade de realização: é o desejo de alcançar sucesso ou de ter bom êxito competitivo, medido em relação a um padrão pessoal de excelência;

Necessidade de afiliação: consiste no desejo de uma pessoa em manter relações calorosas, afetuosas e amistosas com outros indivíduos.

2.3-CLIMA ORGANIZACIONAL

Coda (1997), Clima origina-se do grego *Klima* e significa tendência, inclinação. O Clima organizacional, nada mais é do que o indicador do nível de satisfação (ou de insatisfação) experimentado pelos empregados no trabalho. O Clima Organizacional reflete em 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 esses aspectos uns dos indicadores da eficácia organizacional.

Segundo Litwin (2006), Clima organizacional é a qualidade do ambiente dentro da organização, e que é percebida pelos membros dessa organização como sendo boa ou não, e que influenciam o seu comportamento.

De acordo com a abordagem de Clima Organizacional feita por um Chiavenato (2000), os seres humanos estão continuamente engajados a uma variedade de situações, no sentido de satisfazer suas necessidades e manter um equilíbrio emocional, que se define como um processo de ajustamento. Tal ajustamento se traduz pela satisfação de necessidades individuais como segurança, fisiológicas, pertencimento, estima, auto-realização etc. Conseqüentemente, a frustração de tais necessidades gera problemas de desajustamento, cuja natureza deve ser conhecida pelos gestores, com vistas a intervir em processos de natureza coletiva, característicos de Clima Organizacional considerando ruim.

O ajustamento varia de uma indivíduo para o outro, e de um momento para outro. Um bom ajustamento denota “saúde mental”. Uma das maneiras de definir saúde mental é descrever as características das pessoas mentalmente sadias. Sendo as seguintes características:

1. sentem-se bem consigo mesma;
2. sentem-se bem em relação às outras pessoas; e
3. são capazes de enfrentar por si as demandas da vida

Daí vem o nome de Clima Organizacional dado ao ambiente interno existente entre os membros da organização.

O Clima Organizacional está intimamente relacionado com o Clima Motivacional que se eleva e traduz em relações de satisfação de animação, interesse e outros. Quando há baixa motivação entre os membros, por frustração ou barreiras, o Clima Organizacional tende a abaixar-se, caracterizando-se por estados de depressão, desinteresse, apatia e outros.

Atkinson (1964 apud, CHIAVENATO, 2000 p.95) desenvolveu um modelo que estuda o comportamento motivacional levando em considerações os determinantes ambientais da motivação que são:

- Todos os indivíduos têm motivos ou necessidades básicas que representam comportamentos potenciais e somente influenciam o comportamento quando provocados.
- A provocação ou não desses motivos depende da situação ou do ambiente percebido pelo indivíduo
- Um motivo específico não influencia o comportamento até que seja provocado por uma influência ambiental apropriada.

- Mudança no ambiente está ligada diretamente em mudança no padrão da motivação provocada.
- Cada espécie de motivação é dirigida para a satisfação de uma necessidade. O padrão da motivação provada determina o comportamento e a mudança e a mudança nesse padrão resultará em mudança em mudança de comportamento.

Em Colossi (1991 apud, RIZZATTI, 2006 p.83) constata-se que no estudo de clima organizacional captam-se as percepções dos empregados sobre a organização o seu ambiente de trabalho. Assim sendo, revela tanto o que eles pensam quanto as suas reações a respeito de atributos específicos ou características da organização que refletem seus valores e atitudes organizacionais.

No entanto, é importante destacar que, para o autor, os empregados, individualmente considerados, nem sempre compartilham da mesma opinião ou percepção sobre a organização e seus atributos. Na realidade, a análise de clima não está preocupada com as percepções individualizadas de cada um, mas sim em agrupar a percepção da coletividade, isto é, conhecer o conjunto das percepções dos empregados em geral.

2.4- PESQUISA DE CLIMA ORGANIZACIONAL

A pesquisa de Clima Organizacional segundo Coda (1997), é o instrumento pelo qual é possível atender mais perto às necessidades da organização e do quadro de funcionários a sua disposição, à medida que caracteriza tendências de satisfação ou de insatisfação, tomando por base a consulta generalizada aos diferentes colaboradores da empresa.

Já para Segundo Gomes a pesquisa de Clima Organizacional visa proporcionar a análise da organização com o seu ambiente, bem como o as condições que caracterizam o estado de satisfação ou insatisfação dos colaboradores na empresa e das demais pessoas que com eles integrem.

Para Coda (1997), o papel de pesquisa dessa natureza é tornar claras as percepções dos funcionários sobre temas e itens que, caso apresentem distorções indesejáveis, afetam negativamente o nível de satisfação dos funcionários na situação de trabalho, sendo que, os subsídios da pesquisa são o mapeamento das percepções sobre o ambiente interno da organização, como um ponto de partida igualmente válido para a mudança e o desenvolvimento organizacional.

Segundo Gomes, dentre as principais contribuições da pesquisa de Clima Organizacional, podemos destacar:

- Buscar o alinhamento da cultura com as ações efetivas da Organização;
- Promover o crescimento e desenvolvimento dos colaboradores;
- Integrar os diversos processos e áreas funcionais;
- Melhorar a comunicação;
- Reduzir a burocracia;
- Visualizar necessidades de treinamento, desenvolvimento pessoal/gerencial e de educação empresarial;
- Enfocar o cliente interno e externo;
- Aperfeiçoar as ações gerenciais, tornando-as mais eficientes;

- Organizar, flexibilizar e dar rapidez as atividades da organização, dentre outras.

Coda (1997) diz que com isso a empresa configura, portanto, um diagnóstico sobre a situação atual da empresa, tomando por base as opiniões de seus integrantes, quase em caráter clínico, visando levantar distorções ou problemas que mereçam correção.

Hoje os níveis de satisfação no trabalho estão tão baixos que se torna difícil afirmar que os fatores relativos ao Clima Organizacional têm apenas um papel indireto em relação à motivação. Esses fatores são quase confundidos com a própria motivação direta, havendo uma crença generalizada nas organizações brasileiras de que as pessoas só dão importância aos externos e não conteúdo do próprio trabalho realizado. Apesar desses níveis de insatisfação, as empresas continuam a disparar um discurso sobre a busca contínua de qualidade e de atendimento aos clientes, pensando prioritariamente naqueles clientes externos à organização.

A pesquisa de Clima Organizacional é uma importante ferramenta de pesquisa que identifica o clima, o ambiente e as condições de relacionamento colaborador/empresa, servindo como base para a formulação de estratégias de mudanças e reformulações estruturais, ajudando os administradores a obterem respostas precisas sobre a opinião dos colaboradores.

2.5 – A IMPORTÂNCIA DO CLIMA ORGANIZACIONAL

“Clima Organizacional refere-se ao ambiente interno existente entre os membros da organização e está intimamente relacionado com o grau de motivação de seus participantes” (CHIAVENATO, 2002, p.183).

O clima organizacional é o indicador do grau de satisfação dos membros de uma empresa, independente de diferentes aspectos da cultura, políticas de RH, modelo de gestão, ou de qual seja a missão da empresa, ou processo de comunicação, valorização profissional e identificação de pesquisa.

Conforme Ávila & Yonemoto (2010), Clima Organizacional reflete as maneiras, procedimentos da organização, isto é característica específica de uma empresa, princípios, modo que induzem na maneira que as pessoas se relacionam e com a equipe no local de trabalho. Ainda para os autores, as empresas com bom clima então bem mais organizadas que suas concorrentes.

Na empresa, o clima organizacional é de extrema importância, pois refere-se à atmosfera do ambiente de trabalho, integrando um conjunto de expectativas, conhecimento pessoal e de grupo. Alternada por referências estratégicas, administrativas, elementos estruturais do ambiente de trabalho, que indica e determina o desempenho, atitudes, modos dos indivíduos, obtendo um local com características próprias.

3 – METODOLOGIA

Para o desenvolvimento do presente estudo, utilizou da Pesquisa exploratória, que de acordo com Gomes, visa decifrar a realidade das evidências utilizando-se utilizando procedimentos, tais como: hipótese, observação, experimentação, coleta de dados, constituindo o processo investigativo. Estes estágios necessários para a descoberta da realidade são denominadas de técnicas.

3.1 – POPULAÇÃO: A população pesquisada foi composta por um total de 65 colaboradores, que representam 100% da equipe, sendo: 80% no setor de produção, 15% administrativo e 5% expedição.

Dos 65 colaboradores da empresa analisada, 10% são do sexo feminino e 90% do sexo masculino. Em relação ao tempo de serviço, 25% dos colaboradores têm menos de 1 ano, 40% dos colaboradores têm de 1 a 5 anos e 35% têm acima de 5 anos. Quanto à idade dos colaboradores que participaram da pesquisa, 25% têm de 15 a 25 anos, 34% têm de 26 a 35 anos e 41% têm acima de 35 anos.

3.2 – INSTRUMENTO DE PESQUISA: Para o desenvolvimento da pesquisa, elaborou-se um questionário, com um total de 13 questões, sendo 4 questões de variáveis nominais (sexo, tempo que está na empresa, setor, idade) e 9 questões de variáveis intervalares com uma escala *likert* de 5 pontos sendo: 5 para muito bom, 4 para bom, 3 para regular, 2 para ruim, 1 para ruim ou seja variáveis que representam maiores implicações no comportamento do clima organizacional. Depois que todos os colaboradores derem suas notas, será feita uma análise dos dados usando a média aritmética.

Segundo Godoy, Santos & Moura (2006), uma escala Likert, proposta por Rensis Likert em 1932, é uma escala onde os respondentes são solicitados não só a concordarem ou discordarem das afirmações, mas também a informarem qual o seu grau de concordância/discordância. A cada célula de resposta é atribuído um número que reflete a direção da atitude do respondente em relação a cada afirmação.

3.3 – PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS: Ao distribuir os questionários aos colaboradores foram comunicados sobre o objetivo e a importância da pesquisa e também de que se tratava de um trabalho referente a uma conclusão de estágio, e que ficassem tranquilos para responder as questões de acordo com suas opiniões, pois suas identidades seriam preservadas para evitar constrangimento e obter maior sinceridade nas respostas. Todos os questionários foram entregues em dia útil, em horário de expediente e depois de respondidos foram colocados em uma caixa lacrada.

O questionário foi aplicado individualmente a cada colaborador e após serem coletados assim que respondido por todos, foram tabulados e analisados estatisticamente, com o auxílio do programa *Excel*. Não houve questões deixadas em branco. O quociente percentual das variáveis obtido através da média aritmética simples dos resultados percentuais dados aos indicadores.

4 – RESULTADOS E ANÁLISES

Após a análise de todos os dados do questionário (ANEXO 1) aplicado e feita toda a parte estatística como média, desvio padrão e correlação dos itens será apresentado abaixo todos os resultados obtidos.

4.1 – VARIÁVEIS NOMINAIS

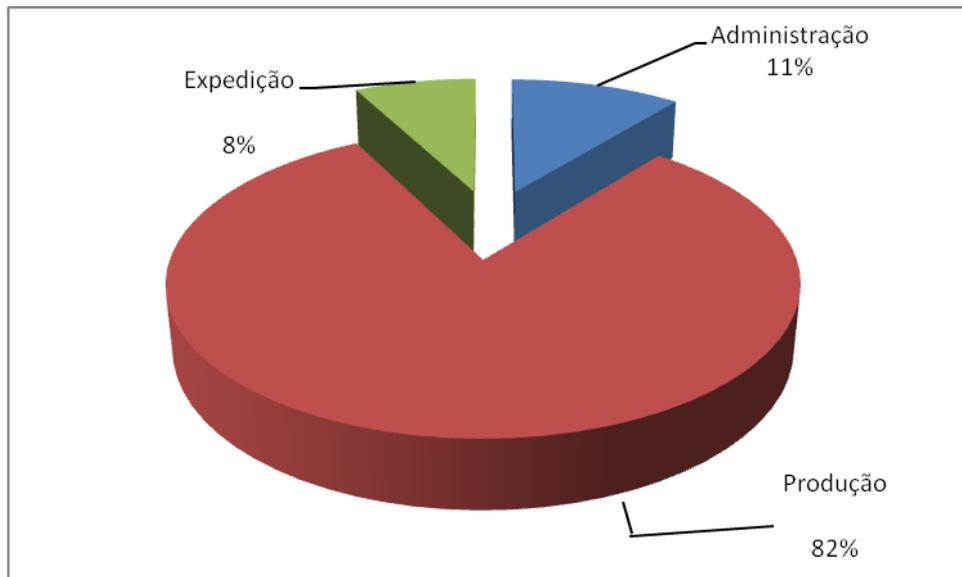


Figura 03: Setores de trabalho dos participantes da pesquisa

Observa-se na figura acima, que o setor predominante na pesquisa feita é o da produção porque a maior parte dos colaboradores concentra-se nesse setor.

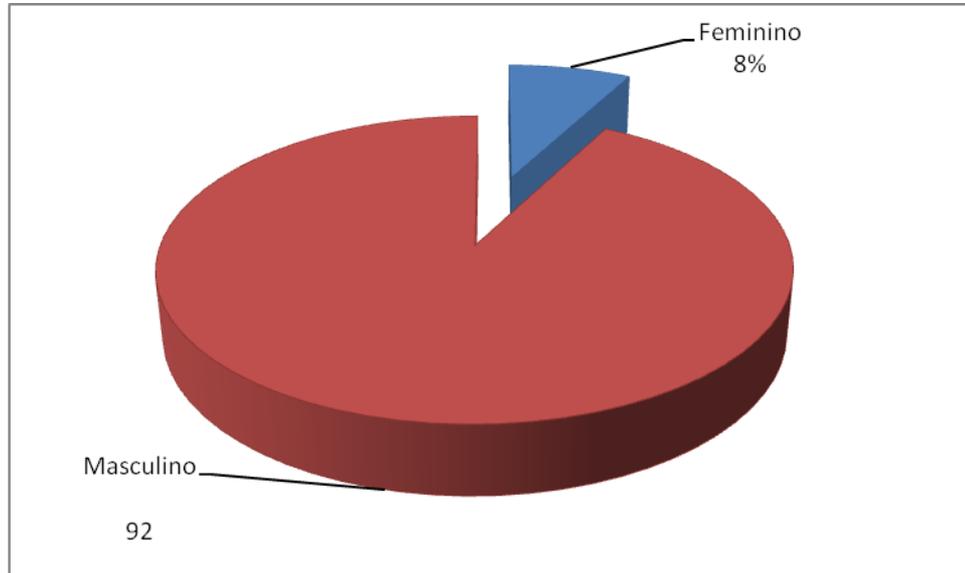


Figura 04: Gênero

Na figura acima pode-se perceber que o sexo masculino é o predominante, visto que a empresa contrata apenas homens para linha de produção.

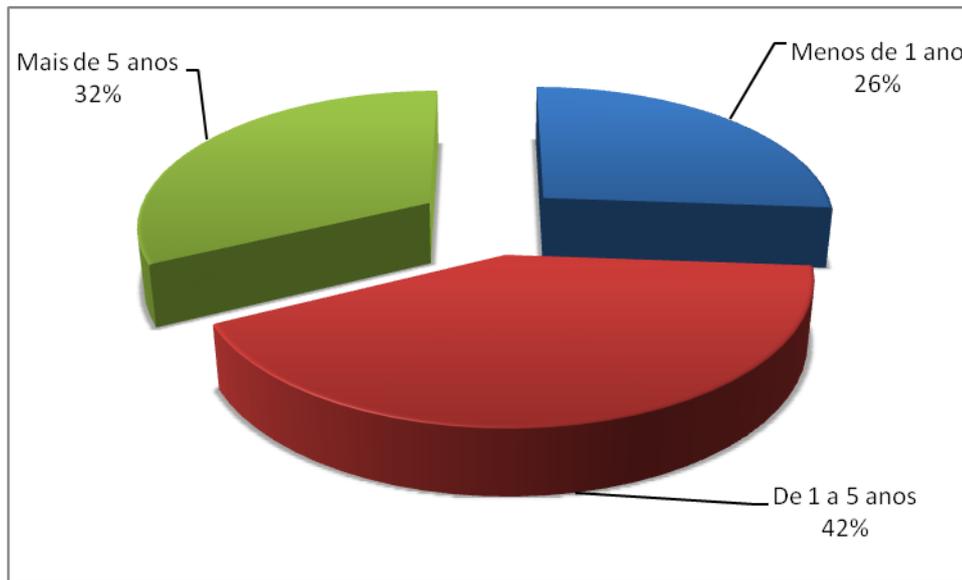


Figura 05: Tempo de Empresa

Pode-se observar na figura 5 que a maioria dos colaboradores possuem mais de 5 anos na empresa, devido a estabilidade na empresa, pois há dificuldades para encontrar mão de obra na região.

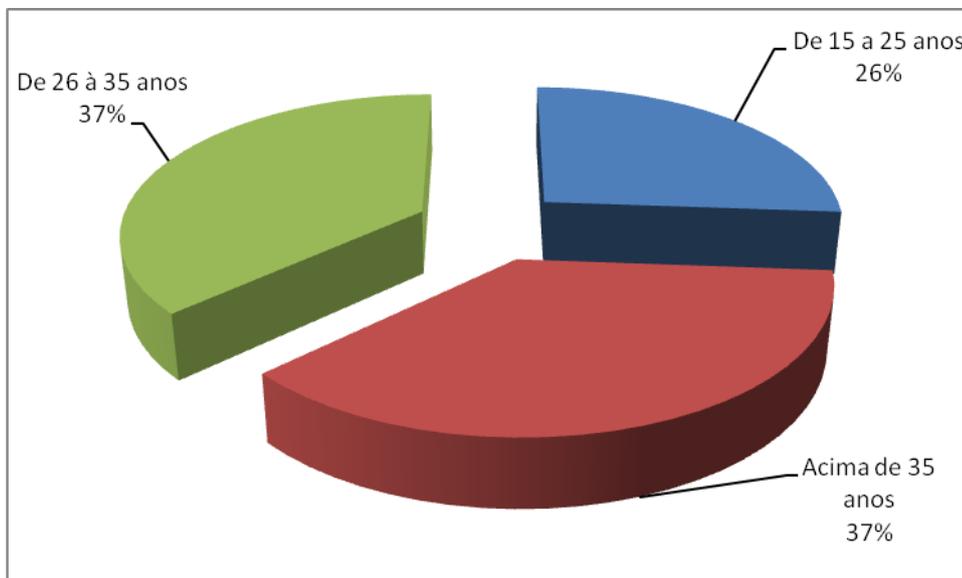


Figura 06: Faixa etária

Na figura acima observa-se que os colaboradores da empresa a maioria possuem mais que 35 anos de idade pois são mais experientes e valorizam mais a oportunidade de emprego.

4.2 – VARIÁVEIS INTERVALARES

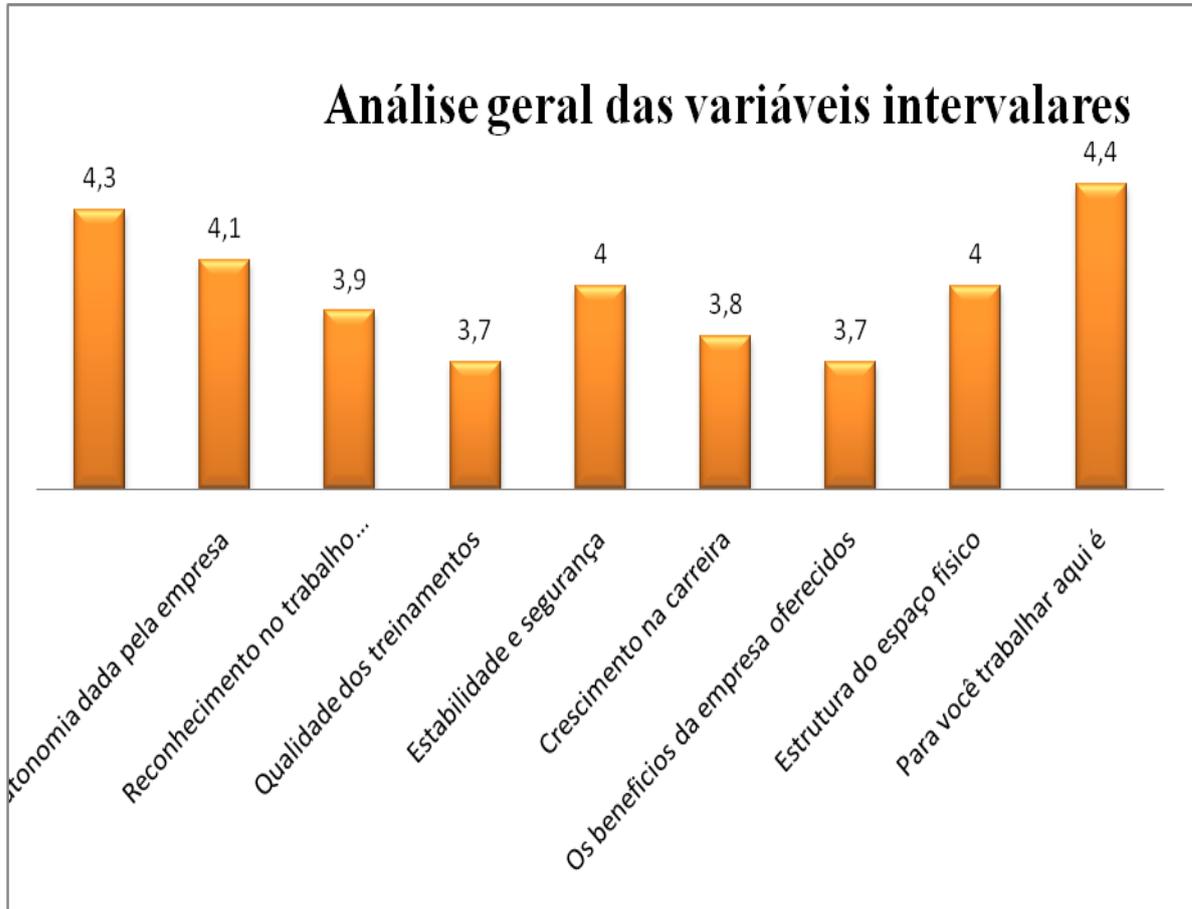


Figura 07: Variáveis Intervalares

4.3– CORRELAÇÃO DOS ITENS

	SEXO	TEMPO DE EMPRESA	SETOR	IDADE	A relação entre colaboradores e líderes	Autonomia dada pela empresa	Reconhecimento no trabalho executado	Qualidade dos treinamentos	Estabilidade e segurança	Crescimento na carreira	Os benefícios da empresa oferecidos	Estrutura do espaço físico	Para você trabalhar aqui é
SEXO	1												
TEMPO DE EMPRESA	0,18	1											
CARGO	0,02	-0,12	1,00										
IDADE	0,30	0,54	0,10	1,00									
A relação entre colab. E lid.	-0,37	-0,17	-0,31	0,05	1,00								
Autonomia dada pela empresa	0,18	-0,28	0,29	0,11	-0,05	1,00							
Reconhecimento	-0,30	-0,68	0,13	-0,31	0,25	0,20	1,00						
Qualidade dos treinamentos	0,03	0,12	0,36	0,00	0,16	0,09	0,15	1,00					
Estabilidade e segurança	-0,07	0,44	0,17	-0,05	-0,23	-0,26	-0,08	0,31	1,00				
Crescimento na carreira	0,01	-0,03	0,05	-0,03	0,45	0,21	0,24	0,38	0,06	1,00			
Os benefícios	0,17	-0,21	0,14	0,15	0,01	0,43	0,04	0,09	-0,29	0,25	1,00		
Espaço física	-0,25	0,03	-0,21	0,08	0,18	-0,21	0,14	0,06	0,14	-0,16	0,25	1,00	
Trabalhar aqui é	-0,06	-0,11	-0,02	-0,19	-0,08	0,20	0,11	0,31	-0,25	0,05	0,19	0,14	1,00



Correlação Positiva



Correlação Negativa

Tabela 01: Correlação dos itens

Observa-se na tabela acima que houve várias correlações positivas significativas, porém serão discutidas as principais. “Nota-se uma correlação positiva significativa (0,54) entre as variáveis “Idade” com a variável ”Tempo de empresa”, o que significa dizer que a medida que o colaborador possui mais idade, ele se encontra a mais tempo trabalhando na empresa.

Outra correlação com as variáveis “Crescimento na carreira” e a “Relação entre colaboradores e líderes” (0,45) demonstra que á medida que os colaboradores tem crescimento na carreira, eles tende a ter um bom relacionamento com seus líderes.

Demonstra-se outra correlação positiva entre as variáveis, “Estabilidade e segurança” e “Tempo de empresa” (0,44), o que pode-se dizer que o colaborador com mais tempo de empresa, tende a sentir mais estabilidade e segurança.

5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho evidencia que um fator importante para a empresa é a satisfação de seus próprios clientes internos, pois a empresa sempre quer que seus clientes externos sejam bem atendidos pelos seus colaboradores, esquecendo de seus principais clientes que são

os internos, ou seja, colaboradores desmotivados são iguais a maus atendimentos para seus clientes externos.

Mediante aos resultados obtidos algumas sugestões serão feitas: melhorar a qualidade dos treinamentos pode-se sugerir maior pesquisa de melhores empresas especializadas em treinamentos específicos na região, assim obteriam mais conhecimentos sobre suas funções exercidas, aumentando o rendimento da empresa, visto que o processo se torna mais ágil quando se tem propriedade sobre o mesmo.

Sobre o plano de carreira, a sugestão é elaborar um planejamento onde possa fazer uma avaliação com os colaboradores para definir o que gostariam para a carreira, ter conhecimento, para reconhecer pontos fortes e fracos dos colaboradores interessados, exibirem aos colaboradores as possibilidades existentes no curto, médio e longo prazos dentro da empresa.

Com essas demonstrações de oportunidades e avaliação dos perfis considerados aptos dos colaboradores, os funcionários terão maiores oportunidades de demonstrar sua capacidade e interesse de obter crescimento interno resultando na realização profissional.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ÁVILA, L. A.S; YONEMOTO, H.W. **A relação entre cultura e clima organizacionais.** [S.l: S.n], 2010. Disponível <<http://www.intertemas.unitoledo.br/revista/index.php/Etic/article/view/File/.../2322>> Acesso em 21.08.15

BATEMAN, Thomas S; SNELL, Scott A. **Administração: construindo vantagem competitiva.** São Paulo: Atlas, 1998. P. 366.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: E o novo papel dos recursos humanos nas organizações.** 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos humanos.** 6 ed. São Paulo: Atlas, 2000. p. 80-95

CHIAVENATO, Idalberto. **Teoria geral de administração.** 6.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002. V.02. p.183.

CODA, Roberto. **Psicodinâmica da vida organizacional: motivação e liderança.** 2.ed. São Paulo: Atlas, 1997. p. 98-99.

GOMES, Marco A.V. **Pesquisa de clima organizacional.** S.d. Disponível em:<<http://WWW.guiarh.com.br/pp128htm>>. Acesso em 26.08.15

KNAPIK, Janete. **Gestão de pessoas.** 2.ed. Curitiba, Iboex, 2008.

LITWIN, George H. **Promotores de negócios: clima organizacional.** [s.l. s.n], 2006. Disponível em: <http://www.ginasticacerebral.com.br/serap/c_organizacional.htm>. Acesso em 26.08.15

MAXIMIANO, Antônio C.A. **Introdução à Administração.** 6° Ed. São Paulo: Atlas, 2004. p. 267-268.

RIZZATTI, Gerson. **Categorias de análise de clima organizacional em universidades federais brasileiras.** [s.l.s.n], 2006. p.83. Disponível em: <[//teses.eps.ufsc.Br.Br/Resumo.asp?3790](http://teses.eps.ufsc.br/Resumo.asp?3790)>. Acesso em 27.08.15