

O CLIMA ORGANIZACIONAL EM UMA EMPRESA DO RAMO ALIMENTÍCIO

THE ORGANIZATIONAL CLIMATE IN A COMPANY OF THE FOOD BRANCH

Marinete Giroletta*
Rosecler Maschio Gilioli**

RESUMO

Este artigo tem como objetivo principal identificar o nível de motivação dos colaboradores de uma empresa do ramo alimentício, e também apontar variáveis de motivação e desmotivação no ambiente de trabalho. Para tanto, foi aplicada uma pesquisa de clima organizacional, composta de 8 questões, submetida a 24 respondentes da empresa do setor produtivo. Para este trabalho, foi utilizado o método de pesquisa *survey*. Os dados levantados através do questionário demonstraram que os colaboradores sentem-se satisfeitos de uma forma geral, tanto com as funções que desempenham, quanto com o relacionamento que possuem entre equipe e superiores, porém consideram injusta a forma como são realizadas as promoções internas na empresa.

Palavras-chave: Clima Organizacional. Motivação. Ramo Alimentício.

Introdução

O presente trabalho de conclusão de curso foi desenvolvido em uma empresa do ramo alimentício, a fim de analisar o grau de motivação dos colaboradores e de identificar as variáveis de motivação e desmotivação no ambiente de trabalho.

Neste estudo foi utilizada uma metodologia de natureza quantitativa, de nível descritivo, estratégia *survey*, o processo de coleta de dados foi através da aplicação de questionários a uma amostra definida de 24 auxiliares de produção e, por fim, o processo de análise de dados foi por meio de tabulação e interpretação dos resultados, através de gráficos e tabelas.

De acordo com os resultados obtidos na pesquisa, a empresa juntamente com seus líderes, precisará repensar algumas práticas de administração e algumas políticas

* Graduação em Administração. MBA em Desenvolvimento de Lideranças. Universidade de Caxias do Sul. mari.giroletta@agroaraca.com.br

** Graduação em Administração. Doutorado em Administração. Universidade de Caxias do Sul. rgilioli@terra.com.br

impostas que vem sendo utilizadas, visando à satisfação e o reconhecimento de seus colaboradores.

Gil (2001, p. 207) relembra que, “[...] com base em levantamentos empíricos, constatou que, quando as pessoas se sentiam insatisfeitas com seus serviços, preocupavam-se com o ambiente em que estavam trabalhando e que, quando se sentiam satisfeitas, isso se devia ao trabalho propriamente dito”.

“É natural do ser humano querer ser reconhecido, por isso, muitas vezes dedica todo seu esforço num mesmo trabalho, esperando que, com isso, receba alguma recompensa pelo esforço que teve” (VERGARA, 2000, p. 48).

Quando o reconhecimento acontece, as pessoas liberam suas potencialidades, características que até elas mesmas desconheciam. Esse reconhecimento pode vir de uma promoção no serviço e até mesmo de uma simples palavra (VERGARA, 2000).

A capacidade da liderança dentro das organizações pode influenciar no comportamento das pessoas e o líder é o responsável por proporcionar melhores níveis de satisfação pessoal e profissional ao colaborador.

Por isso o colaborador será motivado a produzir mais quando acreditar que o seu esforço e empenho resultarão em uma boa avaliação de desempenho, e que esta boa avaliação resultará em recompensas e reconhecimentos organizacionais e, com isso, ele irá satisfazer suas metas pessoais e ter crescimento profissional.

1 Referencial Teórico

Neste capítulo serão apresentados conceitos de motivação, ciclo motivacional e clima organizacional.

Conceitos de Motivação

A motivação pode ser definida como o conjunto de fatores que determina a conduta de um indivíduo. As empresas buscam obter um maior proveito dos profissionais que constitui o quadro de sua corporação.

A motivação é uma força interior propulsora, de importância determinante no desenvolvimento do ser humano. Assim como na aprendizagem em geral, o ato de se aprender algo é ativo e não passivo.

Segundo Vergara (2005) a motivação é intrínseca, pois ninguém motiva ninguém, o que pode acontecer é as pessoas de fora estimularem o indivíduo, mas a motivação está dentro da pessoa.

A motivação é um assunto bastante polêmico, sendo que alguns autores descrevem que motivação é intrínseca, outros garantem que pode ser adquirida, porém para melhor compreensão o primeiro passo é ter o conhecimento do que a provoca e a dinamiza.

Para Chiavenato (2004), a motivação existe dentro das pessoas e muda conforme as necessidades humanas, as quais podem ser chamadas de aspirações, objetivos, desejos pessoais ou ainda motivos, que são entusiasmos internos que incentivam e influenciam cada indivíduo determinando seus pensamentos e direcionando o seu comportamento frente às várias situações.

Para Maximiano (2005), motivação é específica, uma pessoa não consegue estar motivada no trabalho e ao mesmo tempo nos estudos ou vice-versa. Não existe um estado de motivação em que o indivíduo consegue ter disposição para tudo.

Já Bergamini e Coda (1997) apresentam que a motivação procede originalmente da palavra latina *movere*, que significa mover. A origem da palavra termina o conhecimento da dinâmica ou de ação que é a fundamental tônica dessa função particular da vida psíquica. O caráter motivacional do psiquismo humano compreende, portanto, os diversos aspectos que são intrínsecos ao processo, pelo qual o comportamento das pessoas pode ser ativado.

Segundo Bergamini e Coda (1997, p. 98), “motivação é uma energia direta ou intrínseca, ligada ao significado e à natureza do próprio trabalho realizado”.

Entende-se que é através da motivação pessoal, que um indivíduo pode utilizar todo o seu potencial de forma mais eficiente, tornando-se um profissional de destaque e realizando seus sonhos e ideais pessoais.

Para Chiavenato “A QVT representa o grau em que os membros da organização são capazes de satisfazer suas necessidades pessoais através do seu trabalho na organização” (CHIAVENATO, 2004, p. 448).

Pessoas desmotivadas e sem qualidade de vida no trabalho (QVT) podem se tornar um problema para a organização. As empresas atuais necessitam de líderes capazes de trabalhar e facilitar a resolução de problemas em equipe, motivando os colaboradores e contribuindo para uma melhor produtividade.

A motivação dos seres humanos e a qualidade de vida no trabalho apresentam os desafios enfrentados por uma administração moderna a fim de alcançar objetivos que

possam satisfazer essas necessidades. A partir do momento em que a preocupação com o bem-estar das pessoas ganha espaço nas organizações, é possível conseguir melhores resultados na busca de um ambiente de trabalho adequado para o desenvolvimento das atividades profissionais.

Os colaboradores são motivados acima de tudo pela qualidade de seu trabalho e pelas relações que lhes dão suporte nele. Quanto mais motivado o ser humano estiver, maior será o conjunto de capacitações transformadas em ação prática.

Ciclo Motivacional

A finalidade de um programa de qualidade de vida ou promoção de saúde nas organizações é animar e apoiar hábitos e costume de vida que causam saúde e bem-estar entre todos os colaboradores e famílias durante toda a sua vida profissional.

Segundo Chiavenato (2004), com o surgimento da necessidade é onde começa o ciclo motivacional, e com a força e persistência da necessidade que provoca o comportamento.

Sempre que surge uma necessidade é rompido o equilíbrio do organismo, causando tensão, insatisfação, desconforto e desequilíbrio.

De acordo com Chiavenato (1994), um organismo pode perder seu equilíbrio em função de uma necessidade, podendo gerar um estado de tensão/ação, insatisfações, desconforto e/ou desequilíbrio. Assim, tal estado pode induzir uma determinada pessoa a desenvolver um comportamento ou ação que a levem a se livrar da tensão ou desconforto. Sendo tal comportamento eficaz, o indivíduo se satisfará em sua necessidade livrando da tensão ocasionada e encontrando o estado de equilíbrio anterior, ajustando-se ao ambiente. Esse ciclo motivacional está esquematizado na figura abaixo.

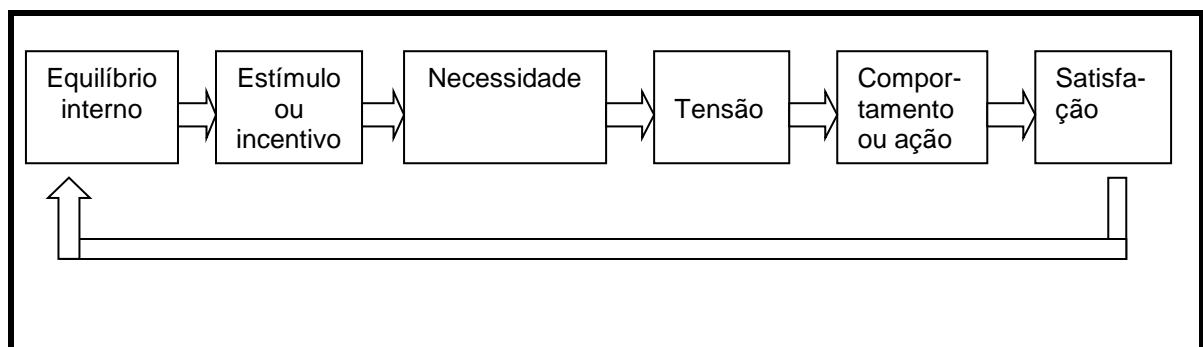


Figura 1 - Etapas do ciclo motivacional.

Fonte: Chiavenato (1994)

Como se pode observar, necessidades ou motivos não podem ser estáticos e sim, elementos cujas forças podem encontrar uma dinâmica constante e persistente que provoquem e influenciem o comportamento. Neste processo, o reforço positivo é capaz de influenciar o comportamento no sentido de torná-lo mais eficaz e eficiente no controle e na satisfação de necessidades.

Entende-se que o ciclo motivacional se repete e as necessidades motivacionais nunca são completamente satisfeitas, o que pode acontecer é uma satisfação provisória do indivíduo em relação a uma necessidade atendida naquele momento.

Ainda de acordo com Chiavenato (1994), as necessidades podem ser satisfeitas, frustradas (quando a satisfação é impedida) ou compensadas (transferidas para outro objeto).

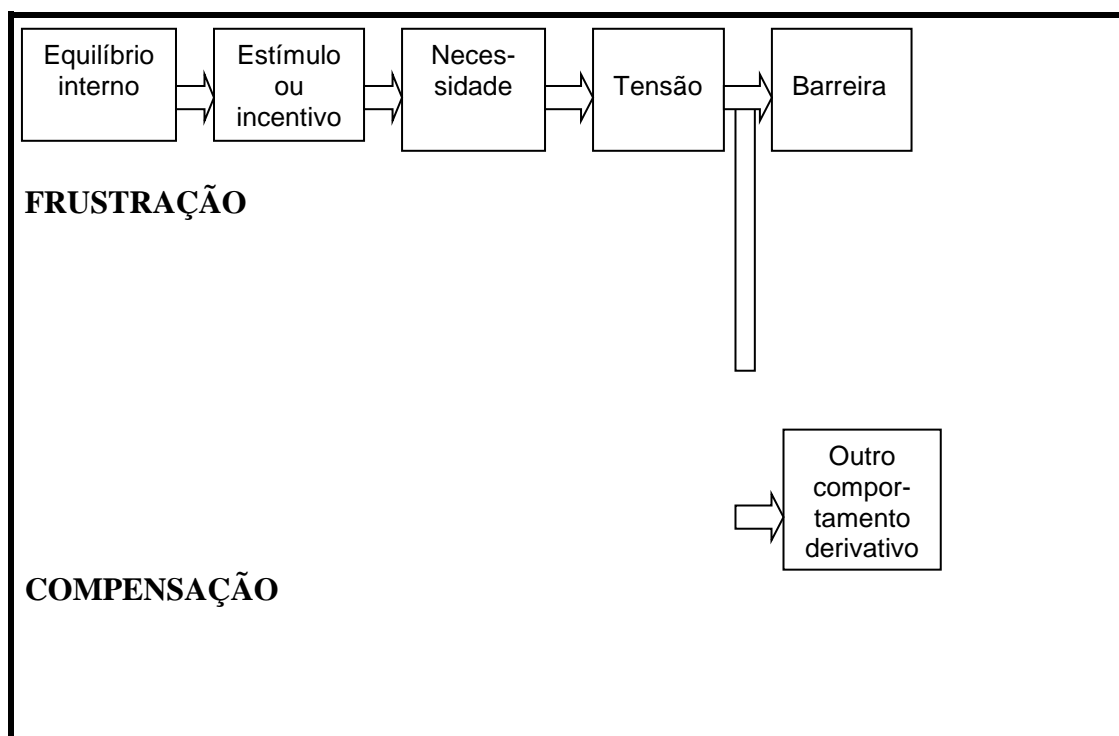


Figura 2 - Ciclo motivacional, com frustração ou compensação.

Fonte: Chiavenato (1994)

O que Chiavenato (1994) quer dizer é que se trata de contexto temporal e passageiro a satisfação de algumas necessidades, ou seja, a motivação humana é compreendida por um aspecto cíclico, norteadas pelas demandas das necessidades. Assim, quando problemas são resolvidos, o comportamento é um processo para tanto.

A necessidade que existe nos indivíduos é comparada aos desejos e expectativas que se inicia com uma carência de satisfação, sejam eles provocados por componentes físicos ou psicológicos que possa influenciar no comportamento.

Clima Organizacional

A pesquisa de clima organizacional é uma importante ferramenta de avaliação de clima organizacional, através da pesquisa é possível monitorar os sentimentos das pessoas com relação ao seu trabalho e a empresa.

É relevante comentar que o clima que predomina dentro da organização é percebido pelo cliente, e pode com isso afetar de alguma forma a relação cliente-empresa.

O clima organizacional está estritamente ligado ao nível motivacional apresentado pelos colaboradores das organizações, sendo ponto fundamental para o sucesso ou fracasso de tal.

Para avaliar o que os colaboradores pensam a respeito da empresa, é necessária a realização de pesquisas sobre o clima organizacional.

Acredita-se que a pesquisa de clima organizacional é uma ferramenta eficiente para levantar, avaliar e monitorar o que as pessoas sentem e como se sentem dentro da empresa em que atuam.

De acordo com Brum (2003, p. 117): “Para fazer esse tipo de pesquisa, a empresa precisa estar preparada para ouvir críticas e elogios e para entender que nem sempre a percepção do empregado coincide com a realidade existente”.

Segundo Chiavenato (2004) as pessoas passam a maior parte do seu tempo vivendo ou trabalhando dentro das organizações. E elas através de seus objetivos, sejam eles quais forem, necessitam das organizações para conquistá-los, pois individualmente não conseguiriam atingir estes objetivos.

Ainda segundo Chiavenato (2010) toda organização possui clima organizacional que é constituído pelo meio interno, ou seja, uma atmosfera psicológica própria de cada uma delas. Esse clima organizacional está relacionado com o moral e a satisfação daquilo que os membros têm por necessidades, podendo ser: saudável ou doentio, quente ou frio, negativo ou positivo, satisfatório ou insatisfatório. Está sujeito ao estado em que cada membro se sente em relação à empresa.

O clima organizacional não é algo criado pela organização, ele é resultante dos fatores internos da organização, fatores estes relacionados com o pessoal da empresa.

De acordo com Chiavenato (1994, p. 78):

O 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. O termo clima organizacional refere-se especificamente às propriedades motivacionais do ambiente organizacional, ou seja, àqueles aspectos da organização que levam à provocação de diferentes espécies de motivação nos seus participantes. Assim, o clima organizacional é favorável quando proporciona satisfação das necessidades pessoais dos participantes e elevação do moral. É desfavorável quando proporciona a frustração daquelas necessidades. Assim, pode-se dizer que o clima organizacional influencia o estado motivacional das pessoas e é por ele influenciado.

“Clima Organizacional é a quantidade ou propriedade do ambiente organizacional que é percebida ou experimentada pelos membros da organização e influencia o seu comportamento” (CHIAVENATO, 1995, p. 78).

Acredita-se que o clima organizacional é uma variável que influi diretamente na produtividade, pois o grau de salubridade de uma organização depende de sua atmosfera psicológica. Esta atmosfera é fruto do conjunto de percepções das pessoas que compartilham seu dia a dia com a organização.

Desta forma o clima organizacional é formado por aspectos extrínsecos estes aspectos são a motivação e a satisfação, que nada mais é do que o indicador do nível de satisfação ou insatisfação experimentado pelos empregados no trabalho onde atuam.

Perante o cenário atual observa-se que para uma empresa ter um bom desenvolvimento profissional e empresarial é essencial que o seu clima organizacional esteja sempre em constante transformação e desenvolvimento, pois com a globalização o aperfeiçoamento e a busca de novas mudanças são um pré-requisito indispensável para o seu crescimento. Além disso, manter constantemente um clima favorável dentro da empresa também faz com que a mesma alcance o sucesso mais rapidamente.

2 Método de Pesquisa

Este estudo conta uma metodologia de natureza quantitativa, nível descritivo, estratégia *survey*, processo de coleta de dados através da aplicação de questionários a uma amostra definida e, por fim, o processo de análise de dados por meio de tabulação e interpretação dos resultados, através de gráficos e tabelas (estatística).

Natureza: Quantitativa

Para a elaboração deste estudo foi utilizada a natureza de dados quantitativos que segundo Roesch (1996, p. 122):

Se o propósito do projeto implica medir relações entre variáveis (associação ou causa e efeito), em avaliar o resultado de algum sistema ou projeto, recomenda-se utilizar preferentemente o enfoque da pesquisa quantitativa e utilizar o melhor meio possível de controlar o delineamento da pesquisa para garantir uma boa interpretação dos resultados.

E segundo Marconi e Lakatos (2004, p. 269):

No método quantitativo, os pesquisadores valem-se de amostras amplas e de informações numéricas, enquanto que no qualitativo as amostras são reduzidas, os dados são analisados em seu conteúdo psicossocial e os instrumentos de coleta não são estruturados.

Entende-se que a pesquisa quantitativa se dá através de números e que gera resultados mais confiáveis e precisos.

Nível: Descritivo

A natureza quantitativa apresenta o nível de caráter descritivo que tem por objetivo descrever as características da população que respondeu à pesquisa proposta neste trabalho. Para Farias Filho e Arruda Filho (2013, p. 63) “Pesquisa descritiva: visa descrever as características de determinada população ou fenômeno, ou estabelecimento de relações entre variáveis”.

“As pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”. Muitos são os estudos que podem ser classificados dessa forma e uma de suas características mais expressivas está no uso de técnicas padronizadas de coleta de dados, como o questionário e a observação sistemática (GIL, 2002, p. 42).

Também para Gioia (2013, p. 81) “A pesquisa descritiva destina-se a descrever características de determinada situação ou função do mercado”.

Entende-se que o caráter descritivo visa identificar características de um determinado processo para que decisões possam ser tomadas.

Estratégia: *Survey*

Para a estratégia deste trabalho, foi definida a pesquisa *survey*. Para Gioia (2013, p. 82) “O método *survey* para a obtenção de informação se baseia no interrogatório dos participantes, aos quais se fazem várias perguntas”.

E para Farias Filho e Arruda Filho (2013, p. 63) “A pesquisa *survey* é uma forma de levantamento que se caracteriza como estudo descritivo, porque oferece uma descrição da situação no momento da pesquisa”.

A pesquisa *survey* se dá através da coleta de dados e informações sobre características ou opiniões de um determinado grupo de pessoas que para este trabalho foi aplicada para identificar a satisfação de clientes da empresa.

Participantes do estudo:

Faz-se necessário identificar uma amostra representativa para este estudo. Esta amostra deve ser significativa e considerar uma margem de erro. Assim, utilizou-se o tamanho de amostra recomendado por Hair et al. (2005), que é de 3 a 10 respondentes por questão do questionário. Assim, para este estudo, como são 8 perguntas, a amostragem fica definida em termos de envio de 24 a 80 questionários aos respondentes. Farão parte da amostra, funcionários da empresa alvo deste estudo, que faz parte da área de produção do ramo alimentício.

Processo de Coleta de Dados

O processo de coleta de dados deu-se através da aplicação de questionários a uma amostra definida.

O pré-teste foi aplicado à três pessoas. A tabulação e a interpretação do pré-teste resultaram em nenhum ajuste necessário ao questionário.

O questionário contemplou oito perguntas fechadas:

Prezado (a) Senhor (a):

A presente pesquisa está sendo desenvolvida pela acadêmica **Marinete Giroletta**, sendo requisito parcial à obtenção do título de Especialista em Desenvolvimento de Lideranças, pela Universidade de Caxias do Sul – Campus Universitário de Nova Prata.

Essa pesquisa de mercado representa uma etapa fundamental para avaliar o clima organizacional em uma empresa do ramo alimentício.

Todas as informações aqui prestadas são tratadas de forma confidencial, tendo **utilidade apenas para este trabalho**, não sendo divulgadas informações tampouco nomes dos pesquisados.

Não é necessário identificar-se.

Desde já agradeço sua colaboração.

Atenciosamente,

Marinete Giroletta

1 - Em termos de **realização profissional** com o trabalho que executa você se sente:

- Muito realizado
- Realizado
- Mais ou menos realizado
- Pouco realizado
- Muito pouco realizado
- Não sabe

2 - Você se sente **reconhecido** pelo trabalho que executa?

- Muito reconhecido
- Reconhecido
- Mais ou menos reconhecido
- Pouco reconhecido
- Muito pouco reconhecido
- Não sabe

3 - As **promoções** são dadas aos funcionários que se esforçam e realmente merecem.

- Muito satisfeito
- Satisfeito
- Mais ou menos satisfeito
- Insatisfeito
- Muito insatisfeito
- Não sabe

4 - Existe a preocupação dos supervisores em conversarem com os colaboradores sobre a **qualidade do trabalho** e como este pode ser melhorado.

- Muito satisfeito
- Satisfeito
- Mais ou menos satisfeito
- Insatisfeito
- Muito insatisfeito
- Não sabe

5 - O **relacionamento** entre o superior imediato e os subordinados dentro da sua equipe é:

- Muito satisfatório
- Satisfatório
- Mais ou menos satisfatório
- Pouco satisfatório
- Muito pouco satisfatório
- Não sabe

6 - O **relacionamento** entre colegas dentro da sua equipe é:

- Muito satisfatório
- Satisfatório
- Mais ou menos satisfatório
- Pouco satisfatório
- Muito pouco satisfatório
- Não sabe

7 –Você se sente satisfeito/motivado para realizar seu trabalho com relação aos **benefícios** que a empresa oferece?

- Muito satisfeito
- Satisfeito
- Mais ou menos satisfeito
- Insatisfeito
- Muito insatisfeito
- Não sabe

8 - Levando tudo em consideração, **como você se sente** em trabalhar aqui?

- Muito satisfeito
- Satisfeito
- Mais ou menos satisfeito
- Insatisfeito
- Muito insatisfeito
- Não sabe

Processo de análise de dados

Após o retorno das pesquisas foi iniciado o processo de análise de dados, tabulação e interpretação dos resultados, através de gráficos e tabelas (estatística).

3 Desenvolvimento da pesquisa

A partir da aplicação dos questionários à amostra definida, obteve-se 24 questionários válidos para fins de tabulação e interpretação dos resultados. Assim, os resultados estão elencados a seguir:

Quadro 1 – Resultados da pesquisa de clima organizacional

1-Em termos de realização profissional com o trabalho que executa você se sente:		
	FREQUÊNCIA	%
Muito realizado	6	25,00
Realizado	5	20,83
Mais ou menos realizado	11	45,83
Pouco realizado	1	4,17
Muito pouco realizado	1	4,17
Não sabe	0	0,00
TOTAL	24	100,00
2-Você se sente reconhecido pelo trabalho que executa?		
	FREQUÊNCIA	%
Muito reconhecido	2	8,33
Reconhecido	10	41,67
Mais ou menos reconhecido	2	8,33
Pouco reconhecido	5	20,83
Muito pouco reconhecido	5	20,83
Não sabe	0	0,00
TOTAL	24	100,00
3-As promoções são dadas aos funcionários que se esforçam e realmente merecem.		
	FREQUÊNCIA	%
Muito satisfeito	3	12,50
Satisfeito	3	12,50
Mais ou menos satisfeito	5	20,83
Insatisfeito	6	25,00
Muito insatisfeito	6	25,00
Não sabe	1	4,17
TOTAL	24	100,00
4-Existe a preocupação dos supervisores em conversarem com os colaboradores sobre a qualidade do trabalho e como este pode ser melhorado.		
	FREQUÊNCIA	%
Muito satisfeito	2	8,33
Satisfeito	11	45,83
Mais ou menos satisfeito	6	25,00
Insatisfeito	2	8,33
Muito insatisfeito	3	12,50
Não sabe	0	0,00
TOTAL	24	100,00
5-O relacionamento entre o superior imediato e os subordinados dentro da sua equipe é:		
	FREQUÊNCIA	%
Muito satisfatório	6	25,00
Satisfatório	6	25,00
Mais ou menos satisfatório	5	20,83
Pouco satisfatório	2	8,33
Muito pouco satisfatório	5	20,83
Não sabe	0	0,00
TOTAL	24	100,00
6-O relacionamento entre colegas dentro da sua equipe é:		
	FREQUÊNCIA	%
Muito satisfatório	3	12,50
Satisfatório	14	58,33
Mais ou menos satisfatório	6	25,00
Pouco satisfatório	1	4,17
Muito pouco satisfatório	0	0,00
Não sabe	0	0,00
TOTAL	24	100,00
7-Você se sente satisfeito/motivado para realizar seu trabalho com relação aos benefícios que a empresa oferece?		
	FREQUÊNCIA	%
Muito satisfeito	2	8,33
Satisfeito	10	41,67
Mais ou menos satisfeito	3	12,50
Insatisfeito	3	12,50
Muito insatisfeito	6	25,00
Não sabe	0	0,00
TOTAL	24	100,00
8-Levando tudo em consideração, como você se sente em trabalhar aqui?		
	FREQUÊNCIA	%
Muito satisfeito	6	25,00
Satisfeito	9	37,50
Mais ou menos satisfeito	6	25,00
Insatisfeito	1	4,17
Muito insatisfeito	2	8,33
Não sabe	0	0,00
TOTAL	24	100,00

Fonte: elaborado pela autora

Análise e interpretação dos resultados

Analisando os resultados finais obtidos da pesquisa de clima organizacional aplicada na empresa, pode-se verificar que os funcionários se sentem realizados profissionalmente com o trabalho que executam, parte deles se sentem reconhecidos pelo trabalho que executam, outro fator que os motiva é o fato de os supervisores conversarem com eles sobre a qualidade do trabalho e como este pode ser melhorado e o relacionamento entre subordinado e funcionário também, mais um fator que motiva os funcionários é o relacionamento saudável que existe entre os colegas da equipe e a grande maioria se sente motivado para realizar seu trabalho com relação aos benefícios oferecidos pela empresa. Porém, alguns não se sentem reconhecidos pelo trabalho que executam, um fator que os deixa desmotivados são as promoções internas.

Nesta etapa será feita a análise e interpretação dos resultados obtidos com a pesquisa de clima organizacional realizada em uma empresa do ramo alimentício.

Com relação à pergunta, em termos de realização profissional com o trabalho que o profissional executa como se sente: dos 24 funcionários respondentes, 45,83% dizem se sentir mais ou menos realizados, 25% se sentem muito realizados e 20,83% realizados. Quando questionados sobre sentirem-se reconhecidos pelo trabalho que executam, dos 24 funcionários respondentes, 41,67% se sentem reconhecido, 20,83% se sentem pouco reconhecidos e 20,83% se sentem muito pouco reconhecidos. Assim, de acordo com Locke (2000) apud Walger, Viapiana e Barboza (2014), a realização no trabalho é importante pois busca o estado emocional agradável resultante da avaliação do próprio trabalho como realizador ou facilitador da realização dos seus valores de trabalho. Já a insatisfação é totalmente o oposto, é o estado emocional desagradável, ocasionador de desvalores ou bloqueador da realização dos seus valores de trabalho.

Spector (2006) diz que satisfação no trabalho se refere aos sentimentos das pessoas em relação aos seus diferentes aspectos.

De acordo com Azevedo & Medeiros (2016), as organizações também devem proporcionar um ambiente agradável para que os funcionários tenham abertura para suas competências. Há também uma intensa correlação entre o quanto as pessoas apreciam o contexto social de seu local de trabalho e a satisfação que sentem no geral.

Sobre o questionamento se promoções são dadas aos funcionários que se esforçam e realmente merecem, dos 24 funcionários respondentes, 20,83% está mais ou menos satisfeito, 25% está insatisfeito e 25% também está muito insatisfeito.

Já em relação à questão se existe a preocupação dos supervisores em conversarem com os colaboradores sobre a qualidade do trabalho e como este pode ser melhorado, dos 24 funcionários respondentes, 45,83% estão satisfeitos e 25% estão mais ou menos satisfeitos. Vieira e Hanashiro (1990) citam que a qualidade de vida no trabalho tem como objetivo melhorar as condições de trabalho. Para obterem resultados satisfatórios, as organizações precisam investir em seus funcionários proporcionando a eles motivação para realizarem bem as suas atividades de trabalho.

As pessoas que trabalham nas organizações são responsáveis por produzir resultados. Com base nisto, Odebrech e Pedroso (2010) afirmam que as empresas começam a perceber as pessoas como seu recurso mais valioso, cuja denominação é citada por França (2012) como “capital humano” e “recursos humanos”, sendo “gestão de pessoas” a denominação mais recente. Para motivar este fator produtivo é preciso prioritariamente dar a eles condições básicas de qualidade no trabalho, como saúde e segurança.

Para garantir a qualidade de vida no trabalho, a organização precisa preocupar-se não apenas com as condições básicas e com o ambiente físico da organização, mas também com os aspectos físicos e psicológicos dos seus funcionários.

Assim, entende-se que, conforme Huse, Cummings (1985 apud RODRIGUES, 2002): “Com a melhoria das condições de trabalho, os operários tornam-se mais satisfeitos com seus serviços. A qualidade de vida no trabalho afeta positivamente a produtividade de forma indireta”.

Questionados sobre o relacionamento entre o superior imediato e os subordinados dentro da equipe, dos 24 funcionários respondentes, 25% consideram muito satisfatório, 25% satisfatório, 20,83% consideram mais ou menos satisfatório e 20,83% consideram muito pouco satisfatório. Ainda com relação a relacionamento, entre colegas de equipe, dos 24 funcionários respondentes, 58,33% considera satisfatório e 25% considera mais ou menos satisfatório.

Os seres humanos possuem opiniões, comportamentos e percepções diferentes. Estes fatores estão ligados diretamente às relações interpessoais. Brondani (2010) comenta que além dos aspectos políticos, sociais e econômicos, os aspectos emocionais e psicológicos também influenciam o relacionamento interpessoal. No ambiente de

trabalho, local onde as pessoas costumam passar grande parte do seu dia, as relações interpessoais devem ser o mais saudável possível a fim de que as pessoas enxerguem a organização como um ambiente agradável e os conflitos organizacionais sejam evitados.

Newstrom afirma que “O conflito é um processo interpessoal que surge de discordâncias em torno das metas a serem obtidas ou dos métodos utilizados para alcançá-las” (NEWSTROM, 2007, p. 252). Robbins (2005) faz menção ao relacionamento interpessoal afirmando que se os funcionários expressarem emoções positivas, os clientes responderão da mesma maneira. O contrário também é válido visto que as emoções negativas de um funcionário despertarão respostas também negativas nos clientes.

Quando questionados se sentem satisfeitos/motivados para realizar seu trabalho com relação aos benefícios que a empresa oferece, dos 24 funcionários respondentes, 41,67% diz se sentir satisfeito e 25% diz se sentir muito insatisfeito. Chiavenato (2014, p 290) define: “Os benefícios e serviços sociais incluem uma variedade de facilidades e vantagens oferecidas pela organização, como assistência médico – hospitalar, seguro de vida, alimentação, subsidiada, transporte, pagamento de tempo não trabalhado, plano de previdência privada, etc.”

Através da pesquisa pode-se verificar o nível de motivação dos funcionários, e verificou-se um resultado positivo, pois foi questionado como os mesmos se sentiam em trabalhar na empresa, levando em consideração todos os aspectos, dos 24 funcionários respondentes, 25% está muito satisfeito, 37,50% está satisfeito e 25% está mais ou menos satisfeito. Assim, esta pesquisa demonstrou que a motivação contribui de forma significativa no comportamento do funcionário e este depende da motivação para apresentar bons resultados. Daft (1999) relata que a motivação se refere às forças internas e externas de uma pessoa, que provocam entusiasmo e persistência em seguir um certo curso de ação” e completa afirmando que “a motivação do empregado afeta a sua produtividade” (DAFT, 1999, p. 318).

Considerações Finais

Através do trabalho realizado em uma empresa do ramo alimentício, foi possível observar como os colaboradores se sentem de uma forma geral, de acordo com as funções que desempenham e com o relacionamento que possuem entre equipes e superiores. Eles demonstraram através de suas respostas que estão satisfeitos, porém demonstraram insatisfação com o método utilizado para a realização das promoções internas na empresa.

Por isso o crescimento e desenvolvimento profissional dos colaboradores têm um papel muito relevante, critérios claros, definidos e baseados no desempenho dos colaboradores são importantes para a conquista dos resultados.

O plano de carreira é uma ferramenta necessária e que auxilia para avaliar e promover grandes talentos destacados na organização com base no desempenho e desenvolvimento das competências essenciais para cada função.

Assim, diante dos resultados obtidos, conclui-se que os níveis de clima no trabalho na empresa pesquisada são bem aceitos pelos colaboradores, havendo necessidade de melhorias no sentido de adequar a política de cargos e salários, oferecendo aos colaboradores benefícios e participação nos resultados, bem como desenvolver ações junto ao setor de Recursos Humanos para que possam apresentar sugestões de melhorias na relação entre os gestores e os colaboradores, de modo que estes venham a sentir segurança para expor suas necessidades, além de ter conhecimento de suas ações e de como a empresa investe na formação profissional de cada um.

A pesquisa teve como contribuição a demonstração de que as organizações podem mudar o dia a dia dos seus funcionários com apenas algumas melhorias na gestão de pessoas, visto que estes estão satisfeitos com muitos outros fatores, e que a forma de comunicação para abertura de ideias e sugestões, podem fazer com que se sintam seguros e motivados em suas empresas.

Dessa forma, diante da necessidade em manter o desempenho de sua produtividade e conseqüentemente sua sobrevivência no mercado, as empresas já percebem a importância do bom clima no ambiente organizacional, tendo em vista que a mão de obra satisfeita com o trabalho passa a produzir mais e melhor, gerando mais lucro.

Portanto, para futuras pesquisas que visem complementar e elevar o conhecimento acerca deste assunto tão relevante para a atualidade, sugere-se a utilização de variáveis específicas, com o intuito de analisar mais profundamente esta relação entre a empresa e o funcionários, trazendo assim ações de melhorias que impactem o clima organizacional de forma positiva, de modo a gerar um aumento na satisfação dos colaboradores para que através da produção, a empresa obtenha maior vantagem competitiva.

Referências

AZEVEDO, A. J. D.; MEDEIROS, M. da P. M. **Satisfação no trabalho:** um estudo de caso na Procuradoria Geral de Justiça do Rio Grande do Norte. Disponível em:

<http://www.machadosobrinho.com.br/revista_online/publicacao/artigos/Artigo02REMS6.pdf>. Acesso em: 10 maio 2016.

BRONDANI, J. P. **Relacionamento interpessoal e o trabalho em equipe:** uma análise sobre a influência na qualidade de vida no trabalho. 2010. 38 p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Escola de Administração, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.

GIL, A. C. **Gestão de pessoas:** enfoque nos papéis profissionais São Paulo: Atlas, 2001.

FRANÇA, A. C. L. **Qualidade de vida no trabalho:** conceitos e práticas nas empresas da sociedade pós-industrial. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

NEWSTROM, J. W. **Comportamento Organizacional:** o comportamento humano no trabalho. São Paulo: McGraw – Hill, 2007.

ODEBRECH, T. A. C.; PEDROSO, R. Qualidade de Vida no Trabalho: Diferentes percepções de um mesmo processo. **Revista Olhar Científico**, v. 1, n. 1, p. 134-153, ago./dez. 2010.

ROBBINS, S. P. **Comportamento Organizacional.** 9. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2005.

RODRIGUES, M.V.C. **Qualidade de vida no trabalho:** evolução e análise no nível gerencial. Petrópolis: Vozes, 2002.

SPECTOR, P. E. **Psicologia nas Organizações.** 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

VERGARA, S. C. **Gestão de Pessoas.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

VIEIRA, D. F. V. B.; HANASHIRO, D. M. M. Visão introdutória de qualidade de vida no trabalho. **Revista Gaúcha de Enfermagem**, Porto Alegre, v. 11, n. 2, p. 41-46, 1990.

WALGER, C.; VIAPIANA, L.; BARBOZA, M. M. **Motivação e satisfação no trabalho.** Curitiba: Intersaberes, 2014.