

II Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação

20 a 23 de novembro de 2018 - Naviraí - MS



CLIMA ORGANIZACIONAL E SATISFAÇÃO NO TRABALHO: uma perspectiva do setor supermercadista

Adriana Moraes de Nascimento

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)
adrianamnascimento.adm@gmail.com

Beatriz Resende Padilla

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)
bearezende123@gmail.com

Nayara de Oliveira Quintas Ferreira

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)
nayaraferreira.rh@gmail.com

Marco Antonio Costa da Silva

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS)
jtemda@gmail.com

RESUMO

O setor supermercadista de pequeno porte tem se caracterizado por um elevado nível de concorrência e competitividade. A busca por melhores resultados tem levado empresas do setor a lançar mão de pesquisas de clima organizacional para melhorar a qualidade dos recursos humanos e, conseqüentemente a qualidade dos negócios. O objetivo deste artigo é mensurar o clima organizacional em empresas do setor supermercadista na cidade de Naviraí. Trata-se de uma pesquisa de natureza quantitativa com a aplicação de instrumento chamado Escala de Clima Organizacional. Os resultados da pesquisa evidenciam que os funcionários do setor não atribuem um clima bom aos seus locais de trabalho.

Palavras-chave: Clima Organizacional; Setor Supermercadista; Satisfação no Trabalho.

1 INTRODUÇÃO

Segundo Da Silva Filho, Vieira e Torres (2016), atualmente, a competitividade do setor Supermercadista faz com que as empresas busquem dentro de seus recursos humanos a saída para se destacarem e aumentarem sua produtividade. Neste contexto, percebe-se a necessidade de investimento na qualidade de vida e satisfação dos colaboradores, como meios de se evitar a evasão e, conseqüentemente, a desaceleração nos processos de inovação e crescimento organizacional.

Diante do exposto, mensurar os níveis de satisfação e motivação dos funcionários constitui uma condição indispensável para que se façam os alinhamentos necessários em busca da melhoria contínua. Conforme destacou Matos e Monteiro (2010, p. 3):

Nos últimos anos, o setor brasileiro de supermercados, assim como boa parte do comércio varejista, vem experimentando acentuadas alterações estruturais, especialmente após a implantação do Plano Real em meados da década de 90. A conjunção da estabilidade econômica com os efeitos da globalização e com o avanço tecnológico formou um cenário de competição, no qual os supermercados passaram a ter que buscar ativamente a eficiência operacional, obter ganhos de produtividade e perseguir a satisfação do consumidor, oferecendo produtos e serviços cada vez melhores.

Para Matos e Monteiro (2010), o setor pode ser identificado como de intensa rivalidade entre os atuais concorrentes, quando estes estão em grande número e não apresentam diferenças significativas em suas dimensões, tanto de tamanho quanto de poder, quando o setor apresenta ritmo de crescimento lento, cujo produto não oferece diferenciação que permita vantagem a determinado(s) competidor(es), ou quando os custos são fixos e reduzem as margens de preços. Podemos concluir que a análise da correlação entre as várias dimensões competitivas de um setor econômico permite a cada agente econômico identificar quais fatores determinam o nível de competição vigente no setor em que atuam, como também a sua condição perante o cenário encontrado e as alternativas viáveis para um melhor posicionamento.

Em meio a um ambiente de competição, as pessoas constituem-se como elemento importante para o sucesso do setor supermercadista de pequeno porte. Dutra (2002) apud Moreira et al. (2016) explica que a gestão estratégica de pessoas configura-se como um desafio para o alcance dos objetivos empresariais, tendo em vista que a estratégia de crescimento da empresa determina seu posicionamento no mercado. Deste modo, a sobrevivência das empresas depende da capacidade de integrar as pessoas com sua cultura e filosofia e ações influenciam-se mutuamente, a ponto de caracterizar-se como diferencial competitivo.

II Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação

20 a 23 de novembro de 2018 - Naviraí - MS



De acordo com Matos e Monteiro (2010), nos diversos setores do comércio varejista, a estrutura da concorrência tem exigido das empresas respostas estratégicas que preservem e fortaleçam as suas posições. Assim,

o capital humano precisa trabalhar dentro de uma estrutura organizacional coesa e integrativa, de uma cultura organizacional agradável e envolvente e de um estilo de gestão que lhe de impulso e alavancagem. Quando todos esses elementos estão juntos e conjugados talentos, organização, comportamento e gestão, tem-se todas as condições para o desempenho organizacional, em termos excepcionais (CHIAVENATO, 2005, p. 6).

Segundo Chiavenato (2005), é possível considerar que o segredo da vantagem competitiva está em saber utilizar a inteligência e a competência das pessoas que formam a organização. Ou seja, o capital humano é responsável pela competitividade organizacional. Sendo assim o desempenho das organizações depende diretamente do desempenho das pessoas que a formam. Uma questão de comportamento organizacional.

Desta forma, conforme explica Moretti e Treichel (2003), a qualidade de vida no trabalho proporciona uma maior participação por parte dos funcionários, criando um ambiente de integração com superiores, com colegas, com o próprio ambiente, visando sempre a compreensão das necessidades dos funcionários, garantindo assim a satisfação no trabalho.

Segundo Coda (1993) apud Bispo (2006), o clima organizacional é o indicador do grau de satisfação dos membros de uma empresa, em relação a diferentes aspectos da cultura ou realidade aparente da organização, tais como: política de recursos humanos (RH), modelo de gestão, missão da empresa, processo de comunicação, valorização profissional e identificação com a empresa.

Nesse contexto, a pesquisa de clima organizacional constitui uma ferramenta objetiva e segura, isenta de comprometimento com a situação atual, em busca de problemas reais na gestão do RH. A análise, o diagnóstico e as sugestões, proporcionados pela pesquisa, são valiosos instrumentos para o sucesso de programas voltados para a melhoria da qualidade, aumento da produtividade e adoção de políticas internas. Os clientes, a empresa e os funcionários são beneficiados com um clima organizacional favorável. A recíproca também é verdadeira, ou seja, todos perdem com um clima organizacional desfavorável (BISPO, 2006).

Com base no problema apresentado esse artigo tem como objetivo é mensurar o clima organizacional em empresas do setor supermercadista na cidade de Naviraí. Para realização da pesquisa foi utilizado um questionário que possui três escalas, a primeira escala aborda dados pessoais como: sexo, idade, renda, tempo de trabalho entre outros; a segunda escala é a de Clima Organizacional (ECO), onde são abordados 63 questões relacionadas ao clima

organizacional da empresa, como: ambiente, colaboração entre colegas, fiscalização, regras etc.; e por último temos a terceira escala, que é a escala de Satisfação no Trabalho (EST), essa escala possui 15 questões sobre como o funcionário se sente em relação a várias questões, como a relação com o chefe e com os colegas.

2 CLIMA ORGANIZACIONAL E SATISFAÇÃO NO TRABALHO: ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

Segundo Maximiano (1992) uma organização é uma combinação de esforços individuais que tem por finalidade realizar propósitos coletivos. Por meio de uma organização torna-se possível perseguir e alcançar objetivos que seriam inatingíveis para uma pessoa. Uma grande empresa ou uma pequena oficina, laboratório ou corpo de bombeiros, um hospital ou uma escola são todos exemplos de organizações. Desta forma, o trabalho das pessoas se torna elemento indispensável para o sucesso organizacional.

Nesse contexto, é importante compreender o que é o trabalho e sua importância para o homem. Na percepção de Codo, Soratto e Menezes (2004), o homem se reconhece no seu trabalho e se orgulha daquilo que constrói, se orgulha do fruto do seu trabalho e também se transforma nesse processo. Os autores destacam ainda que o trabalho modifica os hábitos, gostos, jeito de se vestir e modo de se comportar das pessoas. De acordo com os autores, o trabalho enriquece do ponto de vista de conhecimento, experiência e habilidades, permitindo amplo desenvolvimento em todas as esferas da vida (CODO; SORATTO; MENEZES, 2004).

Concordando que o trabalho tem importância fundamental, não apenas para o sucesso das organizações, mas primeiro para as pessoas, torna-se muito relevante que a gestão de pessoas seja pensada em termos de garantir satisfação das pessoas na realização de suas atividades laborais. Assim, a qualidade do clima organizacional, expressa na satisfação dos colaboradores de uma empresa, constitui um fator fundamental para o sucesso tanto de pessoas quanto dos resultados organizacionais.

A satisfação no trabalho é definida como um sentimento extremamente sensível as políticas e práticas gerenciais, especialmente aquelas que definem os procedimentos e a distribuição de retornos (percepções de justiça no trabalho) para os comportamentos de trabalhadores, que revelam se a empresa está comprometida com os seus colaboradores, ou seja, o quanto a empresa se preocupa com o bem-estar deles (percepções de suporte organizacional) e o quanto ela (a empresa) estaria disposta a retribuir aos seus empregados os esforços e todos

II Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação

20 a 23 de novembro de 2018 - Naviraí - MS



os investimentos que eles aplicam na organização (reciprocidade organizacional) (SIQUEIRA, 2008).

Já o Clima Organizacional consiste “em percepções compartilhadas que os membros desenvolvem através das suas relações com as políticas, as práticas e os procedimentos organizacionais tanto formais quanto informais” (TORO, 2001, p. 33 apud MARTINS et al., 2004).

O que se constata é que os dois conceitos estão diretamente relacionados e são muito importantes para o desenvolvimento tanto da empresa quanto dos funcionários, a satisfação no trabalho, que é o sentimento das pessoas em relação as políticas e tratamentos que recebem, e o clima organizacional, que são as percepções do ambiente de trabalho onde estão inseridas.

O ambiente de trabalho tornou-se mais complexo e tal mudanças não foi pertinente somente às corporações privadas, uma vez que as organizações públicas também passaram por tal transformação. Em função disso, cresceu o interesse pelo estudo sobre o clima organizacional, pois além de refletir a cultura institucional, também diz respeito a um conjunto de propriedades do ambiente de trabalho, percebido direta ou indiretamente pelas pessoas que vivem e trabalham nesse ambiente, e que acabam influenciando a motivação (MORO et. al., 2012).

3 METODOLOGIA

O presente trabalho é de natureza quantitativa. A pesquisa se caracteriza também como um modelo descritivo, que segundo Cervo e Bervian (2002) observa, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos sem manipula-los.

Quanto aos procedimentos técnicos foram realizadas pesquisas bibliográficas que segundo Andrade (2010), realizada por meio de consulta de obras que propiciam informações gerais sobre o assunto: enciclopédias, manuais, dicionários especializados etc. Essas obras indicarão outras, que abordam o assunto de maneira mais específica e abrangente.

Com relação a coleta de dados, será realizada a coleta de dados primários, que conforme citado:

Fontes primárias são constituídas por obras ou textos originais, material ainda não trabalhado, sobre determinado assunto. As fontes primárias, pela sua relevância, dão origem a outras obras, que vão formar uma literatura ampla sobre aquele determinado assunto (ANDRADE, 2010, p. 28).

II Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação

20 a 23 de novembro de 2018 - Naviraí - MS



Para coleta de dados foi aplicado um questionário estruturado denominado Escala de Clima Organizacional – ECO (SIRQUEIRA, 2008). O questionário foi aplicado em uma população composta por trabalhadores do setor supermercadista, incluindo empresas de pequeno, da cidade de Naviraí. Não ocorreu preocupação como cálculo amostral uma vez que foi realizado nenhum tipo de estratificação por supermercado. Assim, os funcionários de supermercados foram sendo abordados e os que aceitavam, respondiam o questionário. Desta forma, a amostra dessa pesquisa é composta por 38 questionários.

O questionário é composto por 63 afirmações, que abordam os seguintes pontos: Apoio, Recompensa, Conforto, Pressão e Coesão. Cada uma das afirmações é composta por cinco alternativas, onde busca saber a percepção do colaborador sobre os pontos mencionados acima. São elas: 1 - Discordo totalmente, 2 - Discordo, 3 - Nem concordo nem discordo, 4 - Concordo, 5 - Concordo totalmente.

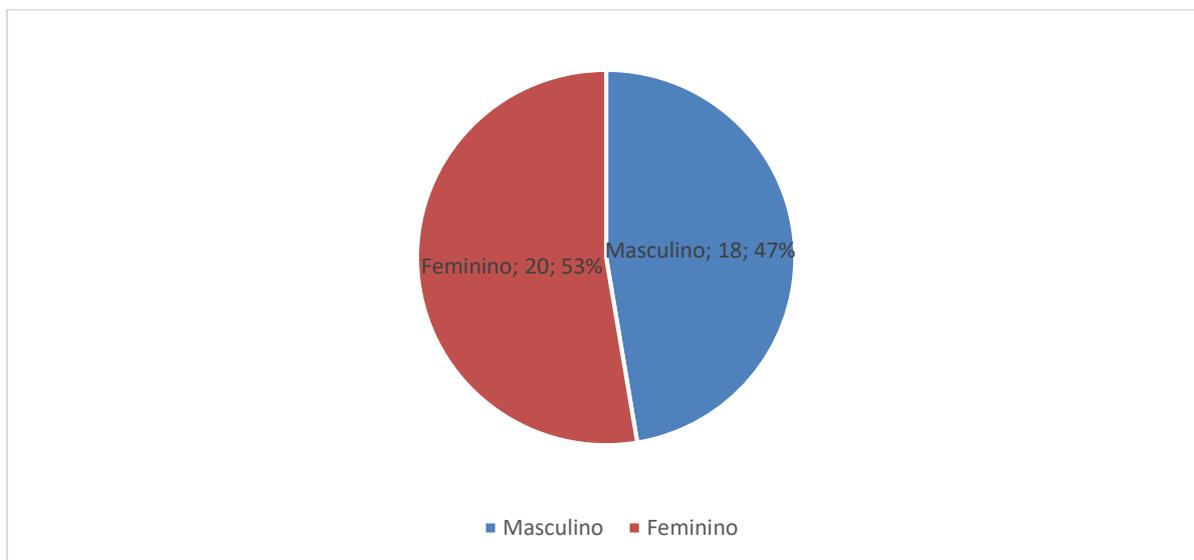
O ECO é uma escala composta por 5 fatores apresentados. Os resultados devem ser apurados por fator. Desta forma, o resultado constituirá a média fatorial para cada um dos fatores. Assim, os resultados são alcançados somando-se os valores marcados pelos respondentes em cada item de cada fator e dividindo-se o total pelo número de itens. Como exemplo citamos o Fator 1, apoio da chefia e da organização. O cálculo deve ser feito somando os valores das respostas aos itens 1 até o 21 e divide-se o resultado por 21, obtém-se a média do fator. Depois, somam-se as médias de cada respondente em cada fator e divide-se pelo número de respondentes e, assim, sucessivamente. Os resultados das médias fatoriais deverão ser sempre um número entre 1 e 5 que é a amplitude da escala de respostas.

A análise dos resultados deve considerar que quanto maior for o valor da média fatorial, melhor é o clima organizacional. Deve ser considerado ainda que valores maiores que 4 tendem a indicar bom clima e menores que 2,9 a apontar clima ruim. Porém, isto é inverso no caso do Fator 4, controle/pressão. Neste caso, quanto maior o resultado, pior será o clima porque maior será o controle e a pressão exercidos sobre os empregados. Para o Fator 4, os valores maiores que 4 apontam clima ruim, porque existe muita pressão e controle excessivo, os menores que 2,9 apontam um bom clima, pois existe pouca pressão e baixo controle, isto deve ser considerado sempre no contexto de cada fator (SIQUEIRA, 2011).

4 DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Conforme destacado, foram aplicados 38 (trinta e oito) questionários para colaboradores do setor supermercadista. Na figura 1, apresenta-se a distribuição por sexo, sendo que existe uma predominância de mulheres entre os entrevistados (53%), contra 47% do sexo masculino.

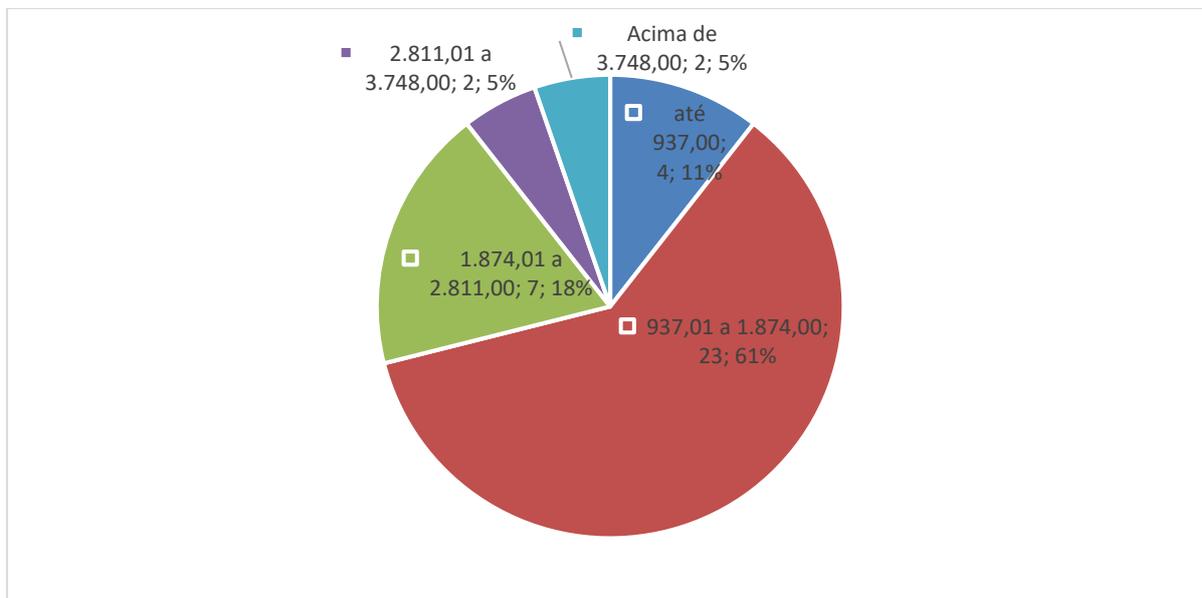
Figura 1 – Distribuição por sexo



Fonte: autores com base nos dados da pesquisa.

A figura 2, apresenta a distribuição dos entrevistados em termos de renda. Os dados da pesquisa mostraram que 61% dos entrevistados ganham entre R\$ 937,00R\$ e R\$ 1.874,00, e 5% ganham acima de R\$ 3.748,00. Essa diferença, deve-se ao nível da função a qual exercem, evidenciando que grande parte dos entrevistados exercem cargo operacional.

Figura 2 – Distribuição dos entrevistados por renda



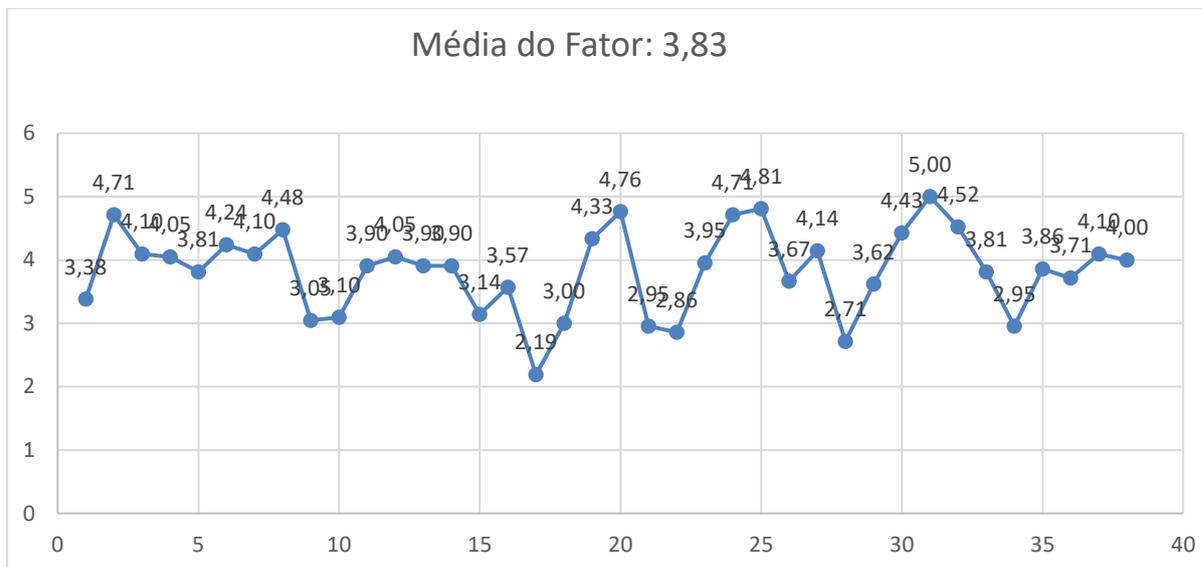
Fonte: autores com base nos dados da pesquisa.

A seguir são apresentados os resultados da pesquisa com relação aos 5 fatores de clima organizacional verificados entre os trabalhadores do setor supermercadista de Naviraí –MS.

Fator 1 – Apoio da Organização

Considerando as questões 1 a 21 que mensuravam a percepção dos trabalhadores em relação ao Apoio recebido da Organização para realizarem seu trabalho, constatou que a média do fator é 3,83. A menor nota observada foi 2,19 e a maior 5, mostrando a diferença de percepção de cada funcionário, em relação ao apoio da organização na qual trabalham. Com relação a esse fator, constata-se que as empresas do setor supermercadista da cidade de Naviraí oferecem apoio a seus funcionários para realização das atividades de trabalho.

Figura 3 – Fator Apoio da Organização

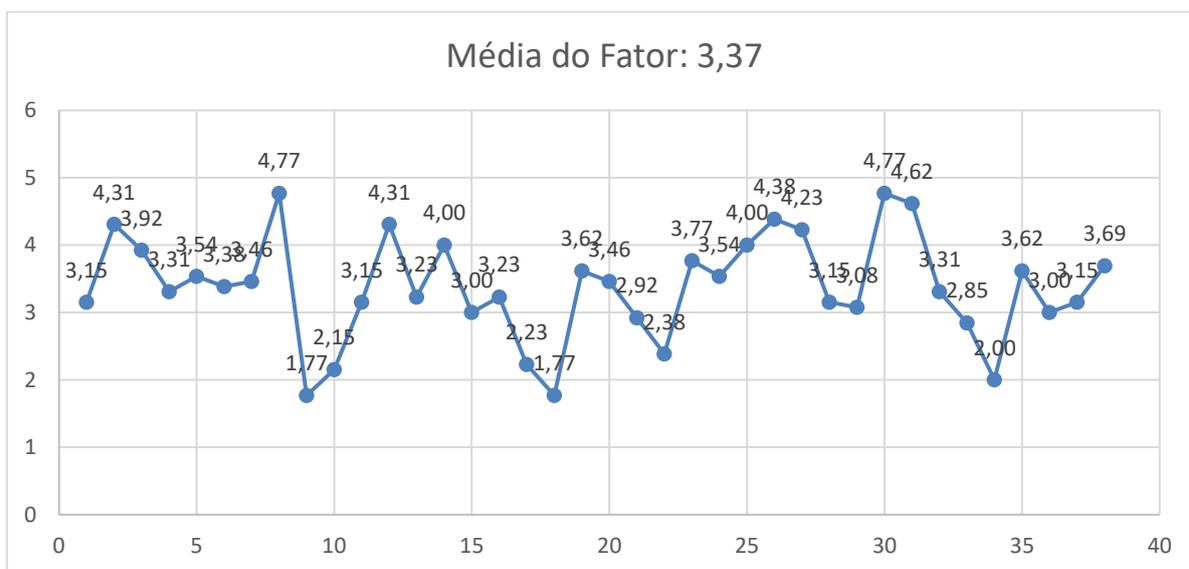


Fonte: autores com base nos dados da pesquisa.

Fator 2 - Recompensa

Considerando as questões 22 a 34 que mensuravam a percepção dos trabalhadores em relação a Recompensa oferecida para realizarem seu trabalho, constatou-se que a média do fator é 3,37.

Figura 4 – Fator Recompensa



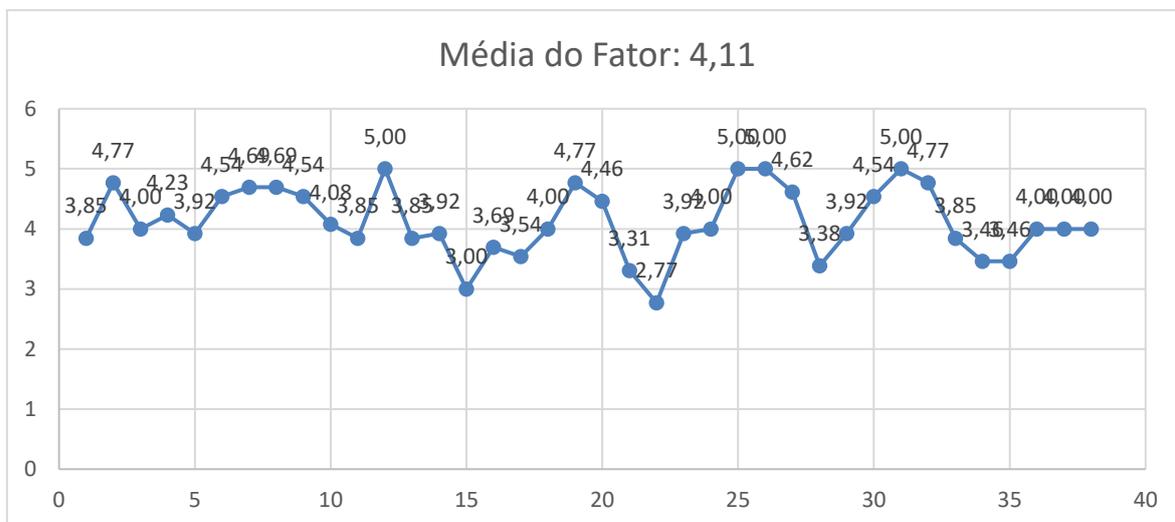
Fonte: autores com base nos dados da pesquisa.

Observa-se nesse caso que a menor nota foi 1,77, que demonstra que alguns colaboradores discordam quanto a forma e as recompensas oferecidas pelas empresas do setor. Observa-se também que a nota mais alta foi de 4,77, mostrando que também há colaboradores que concordam com a forma recompensa oferecida no setor. Observando os salários oferecidos, é fácil constatar que as recompensas oferecidas no setor não contribuem para satisfação dos trabalhadores, apontando um elemento ruim da qualidade do clima organizacional.

Fator 3 – Conforto

Ao observar as questões referentes ao conforto, podemos perceber que há uma diferença um pouco menor de percepção, sendo o menor ponto 2,77 e o maior 5. Constatou que a média do fator conforto é 4,11.

Figura 5 – Fator Conforto



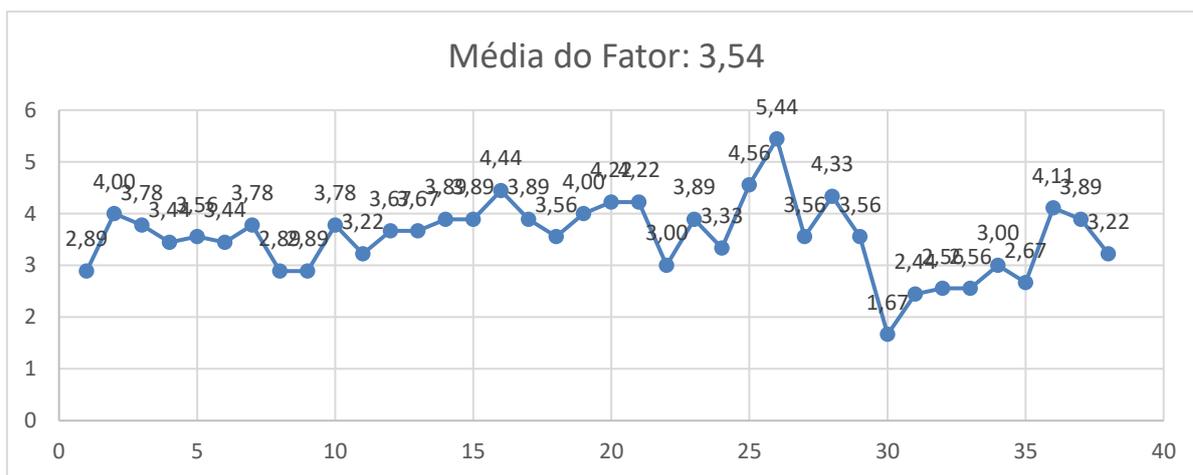
Fonte: autores com base nos dados da pesquisa.

Esse dado mostra que a percepção dos entrevistados é de que o setor supermercadista oferece condições de trabalho adequadas para realização das atividades.

Fator 4 – Pressão

Quando questionados sobre a pressão que recebem para realização do trabalho, os resultados mostraram uma média do fator de 3,54 evidenciando que ocorre muita pressão no ambiente de trabalho, extrapolando os limites do aceitável.

Figura 6 – Fator Pressão



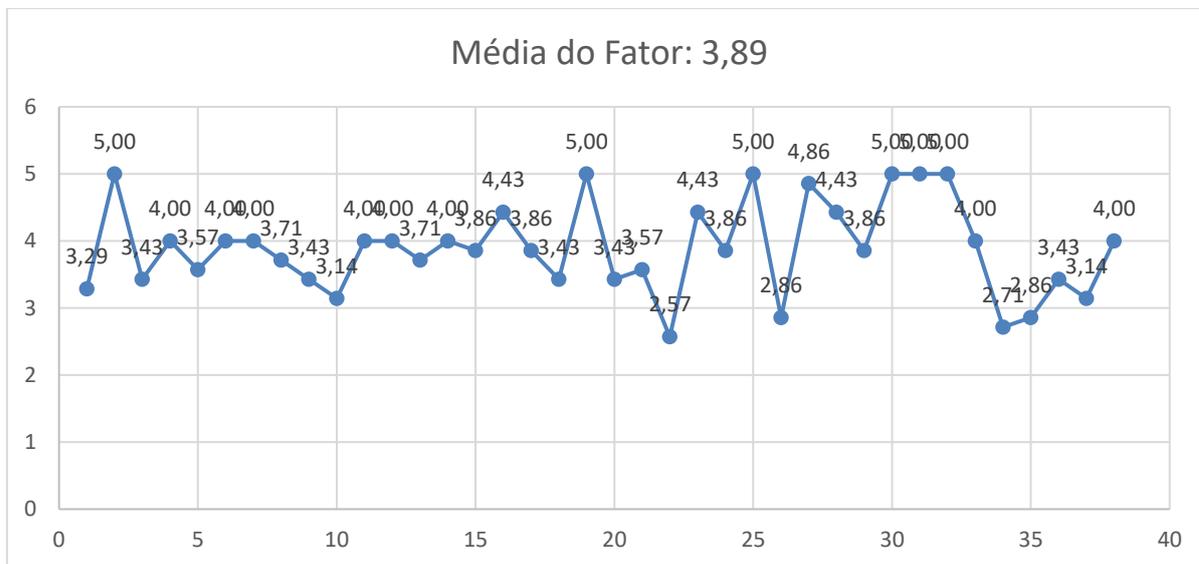
Fonte: autores com base nos dados da pesquisa.

Foi possível observar que o fator pressão apresentou a diferença mais evidente, sendo o menor ponto 1,67 e o maior 5,44, mostrando bastante disparidade entre os entrevistados.

Fator 5 – Coesão

Por fim, os entrevistados foram questionados quanto a existência de coesão no grupo. O média do fator foi 3,89.

Figura 7 – Fator Coesão



Fonte: autores com base nos dados da pesquisa.

Por fim, em relação ao clima organizacional, temos os questionamentos de 57 a 63 sobre coesão, que mostram um mínimo de 2,57 e o máximo de 5, sendo que o último dado é mais repetido que o primeiro, mostrando maior concordância com os questionamentos, ou seja, de que as empresas do setor são locais coesos de trabalho.

5 CONCLUSÕES

O objetivo deste foi mensurar o clima organizacional em empresas do setor supermercadista na cidade de Naviraí. Pesquisas de clima organizacional tem sido amplamente utilizadas como importante ferramenta para mensurar a satisfação dos funcionários das empresas e, posterior ajustes das condições de trabalho e políticas de recursos humanos.

A revisão da literatura evidenciou que os resultados desses estudos, mais do que uma fotografia das condições de trabalho atuais, serve como insumo para alimentar mudanças no contexto das empresas.

Os resultados da pesquisa no setor supermercadista de Naviraí mostraram que dos cinco fatores investigados, o fator pressão aponta para condições de clima organizacional ruim no setor.

Destaca-se o fato de que três dos outros quatro fatores (coesão, recompensa, apoio) apresentaram médias entre 2,9 e 3,9 indicando que os entrevistados não têm muita certeza se o

clima em relação a esses fatores é bom. Apenas o fator conforto apresentou média acima de quatro indicando um clima organizacional bom.

Seria interessante que novos estudos fossem realizados com uma amostra maior para compreender aspectos mais precisos da qualidade do clima organizacional no setor varejista de pequeno porte.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, M. M. **Introdução à Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Atlas, 2010.

BISPO, Carlos Alberto Ferreira. Um novo modelo de pesquisa de clima organizacional. **Production**, v. 16, n. 2, p. 258-273, 2006.

CERVO, A. L. BERVIAN, P. A. **Metodologia científica**. 5.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

CODO, W.; SORATTO, L.; MENEZES, I. V. Saúde Mental e Trabalho. In: ZANELLI, J. C.; BORGES-ANDRADE, J. E.; BASTOS, A. V. B. **Psicologia, Organizações e Trabalho no Brasil**. Porto Alegre: Artmed, 2004.

CHIAVENATO, I. **Comportamento organizacional: a dinâmica do sucesso das organizações**. São Paulo: Editora Manole, 2005.

DA SILVA FILHO, E. P.; VIEIRA, J. A. O. L.; TORRES, M. M. P. Pesquisa de Clima Organizacional no Segmento de Varejo na Cidade de Maceió. **RACE-Revista da Administração**, v. 1, n. 1, 2016.

MARTINS, M. C. F.; OLIVEIRA, B.; SILVA, C. F.; PEREIRA, K. C.; SOUSA, M. R. Construção e validação de uma escala de medida de clima organizacional. **Revista de Psicologia, Organizações e Trabalho**, v. 4, n. 1, 2004.

MATOS, M. V. B. G.; MONTEIRO, A. O. **As Condições de Competitividade e as Estratégias Empresariais do Setor Varejista de Supermercados de Salvador-Bahia**. In: VIII Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. 2010.

MAXIMINIANO, A. C. A. **Introdução à administração**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 1992.

MOREIRA, S. G. et al. Fatores impactantes na rotatividade: estudo de caso em uma rede supermercadista. **Revista ESPACIOS**, v. 37, n. 24, 2016.

MORETTI, S.; TREICHEL, A. Qualidade de vida no trabalho x auto-realização humana. **Revista Leonardo pós-Órgão de Divulgação Científica e Cultural do ICPG, Blumenau**, v. 1, n. 3, p. 73-80, 2003.

II Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação

20 a 23 de novembro de 2018 - Naviraí - MS



MORO, A. B.; BALSAN, L. A. G.; COSTA, V. M. F.; COSTA, V. F.; SCHETINGER, M. R. C. Avaliação do Clima Organizacional dos Servidores Técnico-Administrativos de uma Instituição Pública de Ensino. IN: EnAPG –Encontro de Administração Pública e Governo. **Anais...** Salvador/BA, 18-10, nov. 2012.

SIQUEIRA, M. **Medidas do Comportamento Organizacional:** Ferramentas de Diagnóstico e de Gestão, ed. S.A, São Paulo, p.266,2008.