

Análise do clima organizacional do setor financeiro de uma empresa de telecomunicações da cidade de Pereiro/CE

O clima organizacional é entendido como um conjunto de valores, atitudes e padrões que tem capacidade de influenciar o desempenho dos colaboradores, se tornando uma ferramenta necessária para a boa condução das organizações modernas. Assim, este artigo foi elaborado a partir de uma pesquisa que analisou o clima organizacional de um setor financeiro de uma empresa de telecomunicações da cidade de Pereiro/CE. A amostra foi constituída por 40 sujeitos e o instrumento utilizados foi um questionário com questões fechadas e escalares. Os dados coletados foram analisados através da ferramenta Google Forms. Como resultados, constatou-se que 80% dos sujeitos estão motivados pela empresa, pelo gestor e automotivados; em relação a remuneração, média de 65% dos respondentes se sentem satisfeitos, 45% concordam com o salário que recebem, 30% estão indecisos e 25% não concordam; sobre o estresse, foi identificado que 22,5% disseram sentir-se estressados 5 vezes ou mais durante a semana; se tratando do ambiente de trabalho, 85% demonstram estarem satisfeitos. Em conclusão, se infere que a organização possui um ótimo clima organizacional no seu setor financeiro, representando um diferencial competitivo para ela. Por fim, admite-se a limitação do estudo por ter sido realizado somente em um setor e se sugere que estudos de mesmo teor sejam realizados em outras áreas da organização.

Palavras-chave: Aspectos motivacionais; Condições de trabalho; Percepção dos colaboradores.

Analysis of the organizational climate of the financial sector of a telecommunications company in the city of Pereiro/CE

The organizational climate is understood as a set of values, attitudes and standards that are capable of influencing the performance of a company's employees, becoming a necessary tool for the good conduct of modern organizations. Thus, this article was prepared from a research that analyzed the organizational climate of a financial sector of a telecommunications company in the town of Pereiro, Ceará, Brazil. The sample consisted of 40 subjects and the instrument used was a questionnaire with closed and scalar questions. The collected data were analyzed using the Google Forms tool. As a result, issues such as 80% of the subjects being motivated by the company, the manager and also self-motivated were highlighted. Regarding remuneration, an average of 65% of respondents feel satisfied with communication and are well informed. 45% agree with the salary they receive, 30% are undecided and 25% do not agree. Focused on stress, it was identified that 22.5% said they felt stress during a week of 5 times or more. As for the work environment, 85% are satisfied. In short, it could be concluded that the organization has a great organizational climate in its financial sector, representing a competitive advantage for it. Finally, the limitation of the study is admitted as it was carried out only in one sector and it is suggested that studies of the same content be carried out in other areas of the organization.

Keywords: Motivational aspects; Work conditions; Perception of employees.

Topic: **Recursos Humanos**

Received: **09/10/2021**

Approved: **21/12/2021**

Reviewed anonymously in the process of blind peer.

Mycaele Vaz de Lima Cordeiro 

Faculdade Evolução do Alto Oeste Potiguar, Brasil

<http://lattes.cnpq.br/5949545858158831>

<http://orcid.org/0000-0002-8013-2681>

myca.laf@gmail.com

Francisco Souza Rego Filho 

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Brasil

<http://lattes.cnpq.br/4209058471389671>

<http://orcid.org/0000-0002-8701-2156>

filhosouzafz@gmail.com

Yascara Priscilla Dantas Costa 

Universidade Federal Rural do Semiárido, Brasil

<http://lattes.cnpq.br/0874107322711076>

<http://orcid.org/0000-0002-8713-7784>

pryscilladantas@hotmail.com

Álison Caio Abrantes de Mesquita 

Universidade Federal Rural do Semiárido, Brasil

<http://lattes.cnpq.br/8928023518592129>

<https://orcid.org/0000-0002-6165-2622>

alisson_caio123@hotmail.com

João Clécio de Sousa Holanda 

Universidade Federal Rural do Semiárido, Brasil

<http://lattes.cnpq.br/4910999852430959>

<http://orcid.org/0000-0002-4686-9903>

joaoaclecioh@gmail.com



DOI: 10.6008/CBPC2179-684X.2021.004.0005

Referencing this:

CORDEIRO, M. V. L.; REGO FILHO, F. S.; COSTA, Y. P. D.; MESQUITA, A. C. A.; HOLANDA, J. C. S.. Análise do clima organizacional do setor financeiro de uma empresa de telecomunicações da cidade de Pereiro/CE. *Revista Brasileira de Administração Científica*, v.12, n.4, p.63-79, 2021. DOI: <http://doi.org/10.6008/CBPC2179-684X.2021.004.0005>

INTRODUÇÃO

De acordo com Luz (1996), o clima organizacional é considerado um conjunto de valores, atitudes e padrões de comportamentos existentes em uma organização, que retrata o grau de satisfação das pessoas no trabalho. É o reflexo do estado de espírito ou do ânimo das pessoas em um determinado período. Falar sobre clima organizacional é dizer que existem diversos fatores que podem influenciá-lo e, por isso, é complicado manter um clima organizacional bem estruturado, já que também envolve cultura e adaptação das pessoas.

Segundo Chiavenato (1994), o clima organizacional influencia a motivação, o desempenho humano e a satisfação no trabalho. Ele cria certos tipos de expectativas cujas consequências se seguem em decorrência de diferentes ações. As pessoas esperam certas recompensas, satisfações e frustrações na base de suas percepções do clima organizacional. É evidente que não é tão simples manter o equilíbrio do clima organizacional, porém, isso é necessário, as empresas devem descobrir o melhor caminho para manter os colaboradores felizes e motivados, buscando sempre os engajar com a equipe e principalmente com os objetivos da empresa.

Atualmente existem muitas ferramentas e sistemas que otimizam processos, porém, é de fundamental importância a participação de pessoas realizando comando nestas ferramentas. É preciso a valorização dos colaboradores para mantê-los felizes no seu ambiente de trabalho. Com isso, é mantida a humanização e não fica algo tão remoto e irracional. Para atingir resultados de maneira eficiente e eficaz, o primeiro passo é o interesse dos gestores na gestão satisfatória do clima organizacional.

Esta pesquisa foi realizada para analisar como funciona, na prática, o clima organizacional em uma empresa de telecomunicações, com embasamento de algumas teorias para chegar a um resultado, utilizando-se de uma avaliação do clima organizacional do setor financeiro, que estão em contato direto e representam um subgrupo da organização. A pesquisa buscou discutir a seguinte problemática: **quais os desafios da gestão do clima organizacional no setor financeiro de uma empresa de telecomunicações?**

A pesquisa teve como objetivo geral analisar o clima organizacional do setor financeiro de uma empresa de telecomunicações. Assim, possibilitou identificar os tipos de clima organizacional do setor pesquisado, conhecer as técnicas de gestão do clima organizacional utilizadas pela organização e também analisar suas dimensões.

A pesquisa possui alta relevância, principalmente, para os gestores e colaboradores de empresas, seja pública ou privada; para graduandos em administração que têm maior interesse na área de pessoas, pois possibilita um enfoque maior nas pessoas como o principal ativo de uma organização e valorização do trabalho humano independente do meio de atuação função/cargo. Além do mais, desperta um olhar crítico aos curiosos e estudiosos da área, podendo surgir interesses de pesquisar ainda com mais profundidade outros fatores que também fazem correlação com o conteúdo desenvolvido.

Este estudo permite uma visão mais profunda sobre o clima organizacional do departamento financeiro nas áreas de contabilidade e tesouraria, traz teorias e levanta algumas reflexões que, com certeza,

contribuirão muito para pessoas e organizações. Além de proporcionar que seja assimilada a teoria com a prática, fazendo com que mais pessoas se sintam inspiradas para focar em áreas tão importantes.

Além deste capítulo introdutório, o presente artigo ainda conta com os capítulos de referencial teórico, o capítulo da metodologia, os resultados e discussão, as considerações finais, e por fim, as referências utilizadas no estudo.

REVISÃO TEÓRICA

Mediante algumas pesquisas realizadas foi selecionado alguns temas relacionados a clima organizacional que foram utilizados como embasamento teórico e aprofundamento do assunto. Buscou-se demonstrar em teorias a relevância da temática clima organizacional e aspectos que o envolve.

Sobre pessoas e organizações

Pessoas são os únicos seres vivos com o poder de pensar antes de agir, podendo ser ou não cauteloso na decisão ou ação. Pessoas são descritas pela criação, culturas e costumes e possuem um grande poder de adaptação a mudanças.

Já as organizações, conforme conceito disponível no dicionário *online* de Português, é a composição, estrutura regular das partes que constituem um ser vivo. Ou seja, para formar uma organização são necessários vários aspectos, pois é algo que não se constrói sozinha e sim a partir de uma estrutura e pessoas. Na realidade, organizações são conjuntos integrados de pessoas, tecnologias e tarefas. Chiavenato (2014) afirma que:

As organizações são verdadeiros organismos vivos e em constante ação e desenvolvimento. Quando elas são bem-sucedidas, tendem a crescer ou, no mínimo, a sobreviver. [...] As pessoas passam a significar o diferencial competitivo que mantém e promove o sucesso organizacional: elas passam a ser a competência básica da organização, a sua principal vantagem competitiva em um mundo globalizado, instável, mutável e fortemente competitivo.

Nos tempos atuais, as organizações têm evidenciado ou pelo menos tentam manter-se de forma saudável com as pessoas, pois apesar de ainda não haver tanto esta prática, os gestores de organizações já buscam maior conhecimento sobre pessoas e buscam ter uma relação mais saudável uns com os outros. Algo que é de fundamental importância, não só para organizações/empresas, mas na organização familiar, de estudo e em tudo que se faz necessário na vida, pois um bom relacionamento é a base de tudo.

Lidar com pessoas não é nada fácil, até mesmo pelo fato de que cada pessoa é um ser diferente do outro e possuem senso crítico distintos, mesmo assim, é necessário que dentro de uma organização as pessoas estejam com os objetivos alinhados e acompanhando o desenvolvimento e crescimento da empresa. Como bem diz Chiavenato (2014), as pessoas é quem constrói o diferencial de qualquer organização e atrai a competitividade das mesmas.

Chiavenato (2014) ainda afirma que proporcionar competitividade à organização significa saber criar, ou seja, desenvolver e aplicar as habilidades e as competências da força de trabalho para um melhor desempenho. O intuito disso é usar o melhor das pessoas para que sejam mais produtivas e desta forma

beneficia os clientes, parceiros e colaboradores.

Para muitos estudiosos, o ativo mais valioso das organizações são as pessoas, elas que contribuem de forma direta no crescimento e desenvolvimento da empresa gerando também competitividade e qualidade até chegar ao cliente/consumidor final. Desta forma, se constrói a entrega de resultados e lucratividade que é o principal objetivo de qualquer empresa.

Portanto, pessoas e organizações fazem parte de um único grupo, um depende do outro para se alcançar os objetivos almejados, e de fato essa relação é fundamental e constante. Pessoas são organizações e vice-versa.

Cultura clima organizacional

Cultura e clima organizacional se comunicam entre si. A cultura vem de crenças, valores e costumes e merece seu respeito, já o clima organizacional é o que se vive no ambiente da organização, é a temperatura do ambiente, são reações momentâneas e que podem variar com muita facilidade. Esses dois fatores convergem, no sentido de que um influencia o outro e pode haver variações de comportamento organizacional por este motivo.

Segundo Tylor (1871), a cultura é todo aquele complexo que inclui o conhecimento, as crenças, a arte, a moral, a lei, os costumes e todos os demais hábitos e capacidades adquiridos pelo homem como membro da sociedade. O autor retrata que cultura é construída conforme o crescimento e desenvolvimento humano, é o caminho que percorremos e adquirimos com o passar do tempo.

A cultura exerce uma grande influência sobre o clima organizacional, assim como existem fatores externos à organização que também exercem influência que interferem no clima, como condições de saúde, família, lazer. A cultura decorre de práticas recorrentes, estabelecidas ao longo do tempo, ou melhor dizendo, o clima organizacional é um medidor de temperatura, pois mostra de forma imediata como as coisas estão no momento presente da organização. Quando se visita um determinado setor, dá para sentir a temperatura do ambiente, se está fria ou quente com relação aos comportamentos das pessoas ali de dentro. Com esta ação normalmente é percebido facilmente o clima do ambiente.

Vale salientar que pelo fato de o clima ser um fenômeno temporal, ele pode variar constantemente, pois o fator humano não é tão estável, variando conforme o que o colaborador está vivendo no momento. Para Chiavenato (2004), a cultura organizacional retrata os regulamentos informais e não escritos que norteiam o comportamento das pessoas na organização no seu trabalho diário e que conduzem as suas ações para o cumprimento dos objetivos organizacionais.

Há diferença entre cultura e clima organizacional, uma vez que ambos exercem forte influência sobre o indivíduo. Lembrando que o clima é um fenômeno temporal, refere-se ao estado de ânimo dos funcionários de uma organização, num dado momento. Já a cultura decorre de práticas recorrentes, estabelecidas ao longo do tempo (LUZ, 2003).

O clima serve para entender e analisar como está a relação das pessoas entre si, com a gestão e organização e, assim, avaliar o nível de motivação e satisfação dos colaboradores dentro da organização

e para com ela. O clima é um indicador do grau de satisfação dos colaboradores de uma determinada empresa, em relação a cultura ou realidade aparente da organização, exemplo, modelo de gestão, missão da empresa, valorização profissional e identificação com a empresa, comunicação e entre outros.

Luz (2003) ainda destaca que além da cultura ter relevância nas decisões da organização, ela gera impacto na rotina diária da empresa no que concerne às responsabilidades de seus empregados, nas recompensas e repreensões e nas maneiras de estabelecer o relacionamento externo. A cultura organizacional incita o comportamento de todas as pessoas e grupos da organização, sendo assim, um instrumento relevante de controle das empresas.

Contudo, pode-se afirmar, juntamente com Luz (2003), que a cultura é a causa e o clima e esses são consequências da cultura. Uma afirmativa com muito sentido, já que a cultura é construída com o decorrer do tempo e o clima é algo de constante variação.

Mudanças organizacionais

Mudanças organizacionais é quando uma empresa modifica seus processos para alcançar objetivos. Mudanças são necessárias constantemente, independente da organização ou ramo que atua, tudo se atualiza e é necessário adaptação aos novos processos, até porque vivemos em um meio tecnológico avançado. Mudanças faz parte da vida de todos, e isso é muito interessante. Apesar da mudança trazer o sentimento de medo, ela também traz conhecimentos e desperta curiosidade nas pessoas. Então, seria interessante se as mudanças fossem melhor aceitas.

A mudança deve ser encarada como um processo permanente, contínuo, uma necessidade de atualização que gera atualização. A reprodução de modelos passados representa a contradição de uma cultura a ser sustentada pela inovação e, portanto, voltada para o futuro. (VIEIRA et al., 2003)

Quando se fala em mudança, normalmente logo surge o sentimento de medo e insegurança, pois tudo que é desconhecido causa medo. O favorável é que as pessoas têm um grande poder de adaptação e quando se está aberto a conhecer e apreender novos processos tudo fica mais harmonioso, isso significa também que as pessoas têm um grande crescimento e maturidade ao se adequar às mudanças. Mas nem sempre é assim, conforme os costumes, perfil e cultura da pessoa, ela pode demonstrar resistência a mudanças, e é este o momento da gestão organizacional agir, de preferência apresentando estas mudanças de forma mais atrativa e causando motivação nos colaboradores da empresa.

Os resultados das técnicas voltadas para promover a mudança organizacional, mediante alterações estruturais e comportamentais, segundo Motta (1976), dependem fundamentalmente do ambiente (mais estável ou mais dinâmico), da tecnologia (mais complexa ou mais simples), das tarefas (padronizadas ou diversificadas) e do processo decisório (certezas ou incertezas).

Conclui-se que há muitas variáveis que influenciam o requisito de aceitação ou não de mudanças, e que depende de ambas as partes: gestão e colaborador. É fundamental que a gestão disponha de modalidades criativas que incentive e motive as mudanças, e como parte essencial do processo, o colaborador tem que está apto a contribuir com os objetivos da organização.

Dimensões do clima organizacional

O clima organizacional ajuda a demonstrar até que ponto o departamento de gestão de pessoas de uma empresa está sendo suficiente, para isso foi selecionado quatro indicadores de análise, que influenciam no ambiente das organizações, sendo eles: motivação, liderança, estresse e resistência a mudanças.

Motivação

No ato da admissão de um funcionário, o sujeito precisa se adaptar aos comportamentos e valores prezados na empresa, além de políticas e regras que ela possua. Se essas adequações aos padrões, características e necessidades forem mais próximas aos próprios valores particulares, maior é a motivação e, por conseguinte, há tendência de o clima organizacional ser melhor (LACOMBE, 2005).

Xavier (2003) fala que motivação quer dizer ter motivos, uma força que move, impulso propulsor, algo que faz a pessoa caminhar para frente, para realização das metas. Para atingir a motivação se faz necessário que haja bem-estar e a qualidade do ambiente de trabalho, assim, como boas relações e um clima agradável, proporciona às pessoas maior motivação e interesse no desenvolvimento de suas funções, também transige o desenvolvimento interno da empresa.

Para atingir a motivação se faz necessário que haja bem-estar e exista qualidade do ambiente de trabalho, assim como boas relações e um clima agradável, proporcionando às pessoas maior motivação e interesse no desenvolvimento de suas funções, também transige o desenvolvimento interno da empresa, levando todos a objetivos em comum em prol do melhor gerenciamento de pessoas e de retornos para a organização.

Contudo, é necessário que haja reconhecimento e boa comunicação como *feedbacks* para os colaboradores por parte dos líderes e gestores. Desta forma, faz com que gere satisfação em realizar suas atribuições e motiva os mesmos a continuar se desenvolvendo com os objetivos alinhados junto à organização.

Liderança

Um líder tem um papel fundamental dentro da organização, possui um grande poder de inspiração, influência e conduz pessoas ao caminho que a empresa segue ou precisa seguir. Transmitir aos seus liderados a energia e positivismo que tudo é possível, assim instigando pessoas a acompanhar o crescimento de uma empresa e também a desenvolver o crescimento e amadurecimento enquanto pessoa.

Liderança é o processo de dirigir e influenciar as atividades relacionadas às tarefas dos membros de um grupo que possibilita um melhor desempenho de pessoas (STONER, 1999).

Nem sempre é fácil ser um líder, pois envolve hierarquias, as vezes pode causar inveja, sentimentos de inferioridade nos liderados e isso gera um grande desconforto em seu papel, pois as atribuições que são dadas às pessoas com este perfil são de grande responsabilidade. Um líder bem desenvolvido consegue redirecionar a situação que se está inserido e adquire a colaboração de todos pelo bem maior da organização.

Para Simões (1990), “a liderança surge das vibrações do comportamento entre o comando e o grupo; depende, depois, de um fator aglutinante como parte do grupo ele enraíza o seu procedimento nas motivações comunitárias, provocando uma uniformidade de padrões”. Portanto, como o próprio Simões (1990) fala, a liderança forma vibrações que envolve o comportamento de um grupo, insere no ambiente a comunicação e motiva o grupo a executar as atividades necessárias para uma entrega consistente.

Estresse

Estresse é uma reação natural do organismo, que ocorre quando vivenciamos situações de perigo ou ameaça. Esse mecanismo nos coloca em estado de alerta ou alarme, provocando alterações físicas e emocionais. O estresse no ambiente de trabalho pode ser definido como as situações em que a pessoa percebe seu ambiente de trabalho como ameaçador às suas necessidades de realização pessoal e profissional e/ou a sua saúde física e mental, prejudicando a interação desta com o trabalho, à medida que esse ambiente contém demandas excessivas a ela, ou que ela não contém recursos adequados para enfrentar tais situações. Conforme Spector (2002):

Os modelos de processos de stress no trabalho presumem que os fatores estressantes levam ao desgaste. No entanto, sabe-se que o processo não é automático, e que as percepções e a avaliação dos funcionários sobre esse fator são parte essencial do processo.

Contudo, para que se tenham um bom desempenho de um colaborador em um ambiente de trabalho, a organização deve estar atenta para entender qual o fator que está levando o colaborador ao estresse, ao fazer isso pode ser aplicadas ações de estímulo à melhoria do mesmo, seja implementado um ambiente de trabalho mais dinâmico com um espaço de lazer, dispor de cuidados com a saúde, ou aplicando novas ferramentas que possam facilitar o trabalho das pessoas, pois as vezes com as ferramentas que já utilizam não conseguem fazer entregas relevantes, desta forma, acaba gerando estresse no ambiente de trabalho.

Resistencia a mudanças

As organizações têm necessidade de mudanças frequentemente, pois o mercado é acelerado e as mudanças têm que acompanhar o fluxo para estarem sempre atualizadas. Além do mais, com o decorrer do tempo, as coisas passam a ficar obsoletas, desta forma, há necessidade de aperfeiçoamento, renovação e mudanças. Um dos principais fatores neste quesito e de fundamental importância, é a dificuldade de aceitação e adaptação a estas mudanças. Não é fácil engajar os funcionários a se adequar a elas, muitas das vezes há resistência às mudanças.

Boyett et al. (1999) avaliam que existem muitas razões para justificar os motivos que levam as pessoas a resistirem às mudanças nas organizações. Dentre estes motivos pode estar relacionado a cultura da pessoa, como hábitos, costumes, crenças, valores. O ideal é que a organização planeje estas mudanças para serem apresentadas aos colaboradores de forma criativa e que gere motivação neles, fazendo com que as mesmas enxerguem vantagens e também identifiquem que realmente faz sentido e é interessante mudar, conscientes que vai contribuir ou facilitar as atividades do seu dia-a-dia.

Conforme Schultz (2016), a gestão adequada da mudança se faz pelo entendimento dos motivos que induzem as pessoas a terem determinadas atitudes quando ocorrem ou estão para ocorrer mudanças. Os fatores que interferem na conduta das pessoas estão presentes tanto na cultura organizacional quanto no clima organizacional, e seu conhecimento pode ser de grande valia para o gestor que busca minimizar as resistências às mudanças. Por isso, é tão importante a gestão do clima organizacional dentro das empresas.

Reflexo do clima organizacional no atendimento ao cliente

Quando não se tem um clima organizacional satisfatório, afeta os resultados de uma organização, tanto pelo ambiente de trabalho não agradável, ou por não ter ferramentas tão eficientes para cumprir as tarefas do dia a dia com praticidade, ou mesmo por questões de temperatura do ambiente, limpeza, luminosidade, tudo isso gera incômodo aos funcionários de qualquer empresa. O ideal é que a organização tenha estes fatores do ambiente o mais agradável possível, possibilitando, assim, o desenvolvimento e trabalho mais eficiente e eficaz do colaborador.

É muito possível que fatores de clima organizacional estando desestruturados ou não tão adequados, contribuam de forma negativa na entrega do serviço ou atendimento ao cliente. Acredita-se que muitas pessoas já passaram por alguma situação desconfortante devido um mal atendimento, ou entrega ruim de um serviço, e isso é muito entediante para o cliente que está pagando por tal solução e de repente não se ver atendido conforme seria sua expectativa. Uma situação como esta causa uma má impressão da empresa para os clientes.

Entretanto, se a empresa possui a preocupação, atenção e cuidado para manter os fatores do ambiente de uma empresa bem estruturados, realizando uma boa comunicação interna e externa e, principalmente, demonstrando zelo pelos seus colaboradores e clientes, com certeza o reflexo para a sociedade será positivo. Por isso, também é importante notar os principais objetivos da empresa, deixando claro tanto sobre a relevância da colaboração de todos para a organização, quanto para o crescimento e desenvolvimento pessoal. Isso já contribui como motivação, e muito provavelmente o reflexo do clima organizacional para o cliente será o melhor esperado.

METODOLOGIA

O objetivo principal da pesquisa, portanto, é analisar o clima organizacional no setor financeiro de uma empresa de telecomunicações em Pereiro/CE. Diante disso, é apresentado a metodologia que foi aplicada que possibilitou alcançar os resultados e, assim, atingir a resposta da problemática proposta. Para tal, o tipo de pesquisa se enquadra como um estudo de caso, com abordagem quantitativa (GIL, 2002; YIN, 2016).

Portanto, na realização da pesquisa foi aplicado um questionário estruturado com questões fechadas e escalares, com base na escala de Likert (1932), contendo 17 questões, através de um formulário do *Google Forms*, o qual foi aplicado com os colaboradores do setor financeiro da referida organização. A intenção foi adquirir conhecimento das características deste público e, desse modo, levantar contribuições a respeito da

temática gestão do clima organizacional, realizando a análise dos dados, contribuições críticas e mostrar o resultado.

Constituição da amostra

A área de abrangência da amostra é voltada para gestão de pessoas, com intuito de fazer uma análise a respeito de clima organizacional no setor financeiro de uma empresa de telecomunicações. A pesquisa foi aplicada com 40 sujeitos que fazem parte do setor financeiro. Uma amostra que inclui alguns cargos no quesito de: operacional, liderança e gestão. Foram 15 sujeitos (quadro completo) da subárea fiscal, 10 sujeitos (quadro completo) da subárea contábil, 5 sujeitos (quadro completo) contas a pagar, 10 sujeitos (quadro completo) da subárea contas a receber.

Coleta de dados

Para que se chegue à resposta da problemática proposta, foi aplicada um questionário em que os colaboradores do setor financeiro de uma empresa de telecomunicações responderam questões acerca do clima organizacional. Foram 17 questões elaboradas a partir dos seguintes quesitos: remuneração, motivação, comunicação, estresse e clima do ambiente de trabalho. Feito isso, as respostas foram analisadas e encaixadas na temática proposta, para se chegar ao resultado conforme a problemática.

Vale ressaltar que a pesquisa foi aplicada em apenas uma amostra que inclui o departamento financeiro da organização: composto pela tesouraria e contabilidade de uma empresa de telecomunicações, conseqüentemente, isso inclui pessoas de idades variadas, com tempos de trabalhos variados e ainda com cargos e funções distintas, que fazem parte das operações e gestão.

Como instrumento de pesquisa, foi realizado um questionário estruturado com assertivos escalares e fechadas, elaborado através da aplicação *Google Forms*. Para facilidade de aplicação e obtenção de respostas, este questionário foi enviado para os gestores de cada subárea em estudo, na intenção de facilitar o compartilhamento e obtenção de respostas com agilidade.

A aplicação da pesquisa foi iniciada no dia 28 de maio de 2021 e fechada para respostas no dia 02 de junho de 2021, obtendo-se todas as 40 respostas previstas. A partir dos dados coletados foi realizado o tratamento dos mesmos, sua análise e discussão, assim, apresentando o diagnóstico sobre a gestão do clima organizacional da área estudada e o resultado obtido.

Tratamento e análise dos dados

A pesquisa utilizada teve o formato quantitativo e qualitativa de maneira combinada, na qual foi descrito sobre as características, comportamentos e opiniões dos colaboradores que representam uma amostra do setor de vendas de uma empresa de telecomunicações, relacionado ao clima e ambiente organizacional, onde foi exposto suas opiniões, independente de cargo ou função.

Os dados da pesquisa foram apresentados em forma de gráficos, tratados e analisados com estatística descritiva e contexto explicativo. Foi explorado todo o material e houve várias contribuições de

teorias e críticas, visando e enfatizando um melhor entendimento sobre os pontos mais importantes mediante a interpretação dos dados.

Para análise, se utilizou da estatística descritiva, por meio de análise percentual das respostas e auxiliado por meio da inferência subjetiva do pesquisador às respostas encontradas no estudo, buscando fazer as correlações necessárias aos dados expostos.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A pesquisa foi realizada através de um questionário emitido pela ferramenta *do Google Forms*, contendo 17 questões que abrange os seguintes tópicos: Remuneração, motivação, comunicação, estresse e clima do ambiente de trabalho.

O Gráfico 1 apresenta a idade dos respondentes, no qual é percebido que a maior parte dos participantes são jovens, 65% do público com idade entre 25 a 34 anos, 22,5% são sujeitos com idade de 18 a 24 anos, 10% são sujeitos com idade de 35 a 44 anos e apenas 2,5% do público tem idade de 55 a 64 anos, não houve participantes de idades de 45 a 54 anos e de 65 anos ou mais.

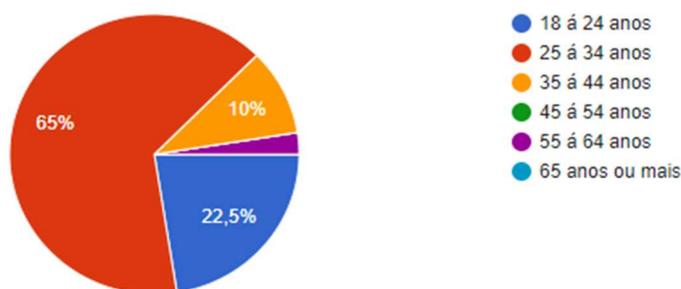


Gráfico 1: Idade dos respondentes.

Acerca do gênero, no Gráfico 2 é notado que 77,5% dos participantes é do gênero feminino e apenas 22,5% são do gênero masculino. Desta forma, fica claro que na empresa as mulheres são o público predominante no departamento financeiro em estudo.

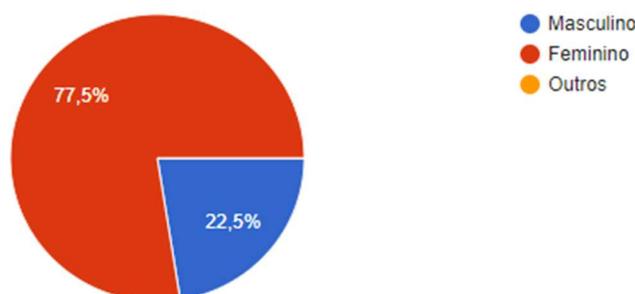


Gráfico 2: Gênero dos respondentes.

Relacionado ao cargo ou função dos participantes, observa-se no Gráfico 03 que são 17 cargos distintos que inclui: agente administrativa, auxiliar administrativo, auxiliar contábil, auxiliar financeiro, auxiliar contas a receber, auxiliar de faturamento, assistente administrativo, assistente contábil, assistente financeiro, assistente fiscal, analista contábil, analista financeiro, líder, supervisor, contador, coordenador e

gerente contábil.

Com relação aos cargos, a maioria dos participantes, equivalente a 7,5 %, possuem cargos de auxiliar financeiro e 7,5% são assistente financeiro, logo, a maioria dos respondentes fazem parte do operacional da área em estudo e, por isso, se justificam estes cargos ser a maioria.

Ainda relacionado aos cargos/funções, foi identificado que a maioria dos respondentes, 15 possuem o cargo de assistentes, 7 são auxiliares, 5 analistas, totalizando 27 dos respondentes que estão diretamente dentro das operações.

Aspectos motivacionais

Acerca dos aspectos motivacionais relacionados ao quanto o colaborador se sente motivado para o seu trabalho, seja por influências internas ou externas, foram levantadas três questões escalares, as respostas obtidas constam na Tabela 1.

Tabela 1: Aspectos motivacionais.

Categoria	Muito desmotivado	Desmotivado	Indiferente	Motivado	Muito motivado
Motivação proporcionada pelo gestor	2,5%	2,5%	17,5%	37,5%	40%
Motivação proporcionada pela empresa	2,5%	0%	15%	52,5%	30%
Motivação pessoal do colaborador	0%	2,5%	20%	42,5%	35%

Para analisar a primeira assertiva em relação à percepção dos colaboradores sobre a motivação relacionada ou advindas do gestor, o resultado apresentou, conforme a Tabela 1, que de 40 respostas 16 (dezesesseis) participantes, representando 40%, optou que se sentem muito motivados pelo seu gestor, 15 (quinze) sujeitos que corresponde a 37,5%, foram considerados como muito motivados, 7 (sete) que corresponde a 17,5% dos participantes optou por indiferente e apenas 5% equivalente a 2 (dois) participantes afirmaram estarem desmotivados ou muito desmotivados.

De modo geral, o resultado foi positivo para o setor e empresa, pois pessoas motivadas buscam executar bem suas tarefas de modo que transparecem para os demais colaboradores a sua motivação e, normalmente, sentem-se felizes com o que fazem e ainda buscam cada vez mais melhorias e crescimento dentro da empresa.

A respeito da segunda questão que tratou da motivação diretamente relacionada à empresa, foi obtido o resultado apresentado na Tabela 01, onde 30% dos respondentes optaram por muito motivado, 52,5% optaram por motivado, 15% optaram por indiferente e 2,5% responderam muito desmotivados.

Analisando o resultado, pode-se afirmar que a empresa está em um bom caminhar e tem a grande maioria de seus colaboradores da área estudada motivados. Mediante o resultado é importante também que seja verificado alguma forma de engajar o público que respondeu indiferente e muito desmotivado, na busca de fazer com que se sintam motivados na empresa em que trabalham.

Ainda com relação à motivação, de modo geral, e em busca de entender o direcionamento dos respondes e também na intenção de reafirmar os resultados do Gráfico 04 e 05, foi obtido o seguinte resultado na Tabela 1: 35% dos respondentes optaram por muito motivado, 42,5% optaram por motivado, 20% optaram por indiferente, e apenas 2,5% responderam desmotivados, nenhum dos respondentes

optaram por muito desmotivado.

O resultado reafirma que, de modo geral, a empresa está mantendo a grande maioria de seus colaboradores da área em estado motivado, assim, com o mesmo público, 2,5% que não se sente motivado pelo líder e organização continuam se sentido insatisfeitos (as).

Portanto, é interessante que a organização veja como um ponto positivo e que de alguma forma passem a trabalhar melhor este público que se encontram insatisfeitos de maneira mais intuitiva e motivacional, no sentido de mudar esta percepção dos mesmos para com a organização, assim, mantendo um clima organizacional ainda mais agradável para todos que no ambiente trabalham.

Comunicação

Referente a comunicação da empresa, foi indagado se os colaboradores se sentem bem informados (as) sobre os planos da empresa e progresso. Em uma escala de 1 a 5, os resultados foram expressos no Gráfico 3 abaixo, onde 5% dos participantes discordaram totalmente, 32,5% discordaram parcialmente, 35% concordaram parcialmente e 27,5% concordaram totalmente.

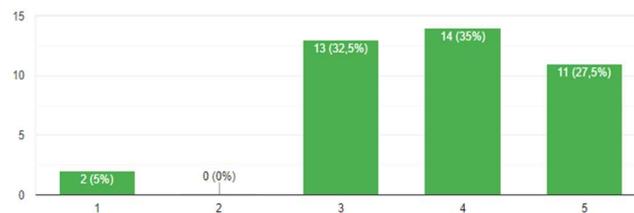


Gráfico 3: Sente-se bem informado (a) sobre os planos da empresa e progresso?

Para que uma organização possa engajar pessoas de forma mais eficiente e eficaz, ela precisa manter seus colaboradores cientes dos projetos em funcionamento, de sua missão, visão e valores, que inclui o que a empresa almeja e quais as estratégias para conseguir aquele determinado objetivo. É preciso também que seja claro para os colaboradores a importância e necessidade dos mesmos estarem engajados com os objetivos da empresa para que possam buscar e atingir um mesmo resultado.

Continuando tratando da comunicação, foram apresentadas duas assertivas acerca da qualidade da comunicação entre as áreas da organização e a satisfação dos colaboradores do setor com relação a ela, os resultados são expostos na Tabela 2.

Tabela 2: Aspectos de comunicação.

Categoria	Discordo totalmente	Discordo	Indiferente	Concordo	Concordo totalmente
Existe uma boa comunicação entre todas as áreas	7,5%	5%	22,5%	50%	15%
Estou satisfeito com a qualidade da comunicação na empresa	5%	5%	25%	57,5%	7,5%

Sobre uma boa comunicação entre pessoas em diferentes áreas da empresa foi notado, conforme Tabela 2, que 7,5% dos participantes discordaram totalmente, 5% discordaram, 22,5% discordaram parcialmente, 50% concordaram e 15% concordaram totalmente.

Em busca de ter uma visão mais geral sobre a comunicação na empresa, foi solicitado o quanto os

colaboradores estão satisfeitos com a quantidade de qualidade das comunicações da empresa. Mediante à Tabela 2 foi notado que 10% respondeu discordar ou discordar totalmente da assertiva, 25% foi considerado indiferente e 65 % concordaram totalmente. Apesar do resultado está dividido é visível que ainda permanece positivo, pois 65% optaram por concordar totalmente de modo geral com quantidade de qualidade das comunicações da empresa.

Remuneração e oportunidades

Nesta categoria foram levantadas questões referentes à remuneração percebida pelos colaboradores, bem como as oportunidades de crescimento profissional que a organização apresenta aos colaboradores. Os dados sobre essa dimensão encontram-se na Tabela 3.

Tabela 3: Remuneração e oportunidades de crescimento.

Categoria	Discordo totalmente	Discordo	Indiferente	Concordo	Concordo totalmente
Acho que meu salário está de acordo com os padrões de mercado	7,5%	17,5%	30%	30%	15%
Enxergo oportunidades de crescimento profissional dentro da empresa	2,5%	2,5%	20%	32,5%	42,5%

A primeira questão da Tabela 3 tem o objetivo de saber a opinião dos respondentes a respeito de salários, mais especificamente para saber se consideram que o salário que recebem hoje está de acordo com o padrão de mercado. Para melhor análise do questionamento foi lançado e as respostas foram obtidas mediante escala de 1 a 5, onde 1= discordo totalmente e 5= concordo totalmente. Com base no resultado obtido, 25% optaram por discordar totalmente, 30% foi considerado indiferente e 45% concordaram totalmente.

Seguindo a análise sobre remuneração, um dos pontos muito importante para colaboradores de qualquer empresa é a percepção dos mesmos em relação às oportunidades que possam surgir na empresa, desta forma, os colaboradores acreditam e enxergam oportunidades de crescimento profissional na empresa que trabalham hoje.

O resultado foi obtido baseado na escala de 1 a 5, onde 1= discordo totalmente e 5= concordo totalmente. Conforme a Tabela 03 é notado que 5 % dos respondentes optaram por discordar totalmente, 20% foi considerado indiferente, e 75% optaram por concordar totalmente. Diante dos dados expostos é visível que na percepção dos respondentes, a grande maioria enxerga e acredita que tem oportunidades de crescimento profissional na empresa que trabalha, e esta percepção é um grande gatilho que pode ajudar muito a manter os colaboradores motivados na execução de suas tarefas visando o crescimento.

Para finalizar o tópico remuneração na percepção dos respondentes, buscou-se saber o quanto são bem remunerados (as) pelo trabalho que realizam. Conforme Gráfico 4, fica evidente que 7,5% dos respondentes optaram por muito satisfeito, 32,5% optaram por satisfeitos, 42,5% responderam aceitável, 12,5% optaram por insatisfeito e apenas 5% responderam insatisfeitos com o salário que recebem.

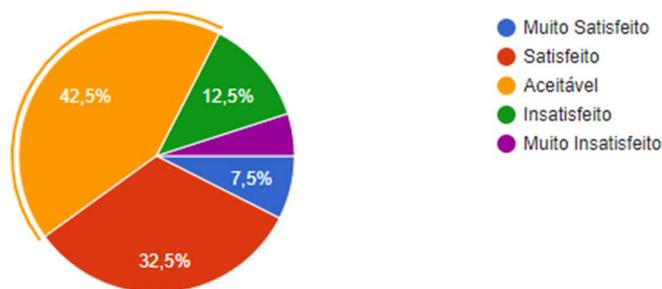


Gráfico 4: O quanto você é bem remunerado pelo trabalho que realiza?

Portanto, o resultado obtido mostra que a maioria dos colaboradores disseram que tem a remuneração aceitável, a segunda maioria diz que está satisfeito. O que demonstra que a empresa tem uma remuneração satisfatória para a maioria dos respondentes da área em estudo. Assim, como também tem uma minoria que ficou entre insatisfeito e muito insatisfeito com a remuneração que recebem.

Estresse e condições de físicas

Na dimensão seguinte, foram elencadas questões referentes ao estresse no ambiente de trabalho e as condições físicas que são oferecidas. Na primeira questão, expressos os resultados no Gráfico 5, foi questionado a frequência que se sentiam estressados no trabalho.

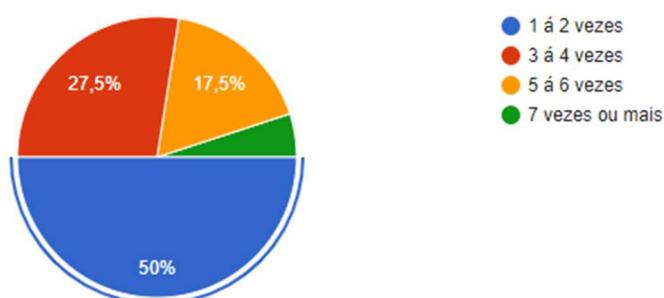


Gráfico 5: Em uma semana, com que frequência você se sente estressado no trabalho?.

De acordo com análise feita, 77,5% (50% de 1 a 2 vezes + 27% 3 a 4 vezes) das pessoas se estressam de 1 a 4 vezes baseado em uma semana, onde foi considerado uma jornada de 44 horas de trabalho, assim, afirmando que a maioria das pessoas se estressam pouco apesar de estarem em uma empresa de telecomunicações de pequeno porte onde tem um crescimento rápido anual muitas vezes superando a margem de 50%. Assim, naturalmente gera muitas cargas de estresse nos colaboradores por terem que se adaptar a novos processos e entradas de novos gestores. O resultado ainda mostra que 17,5% dos respondentes dizem que se estressam de 5 a 6 vezes na semana, e a minoria correspondente a 5% dizem se estressar pelo menos de 7 vezes ou mais em uma semana.

Sobre a satisfação no ambiente físico do trabalho, mediante o Gráfico 6, 70% dos respondentes disseram que estão satisfeitos, 15% disseram estar muito satisfeitos, 10% indiferente e apenas 5% insatisfeitos. A grande maioria está satisfeito com o ambiente físico de trabalho, isso é uma questão muito positiva, pois faz com que os colaboradores se sintam confortáveis para desempenhar suas tarefas.

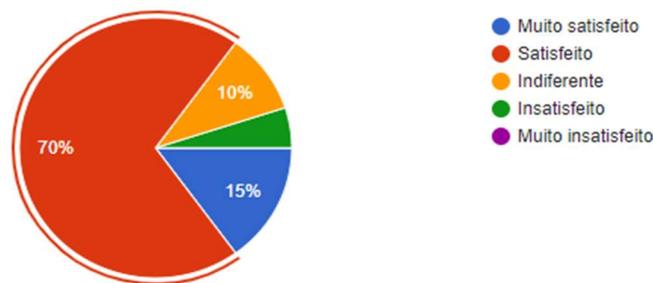


Gráfico 6: Você está satisfeito(a) com as condições físicas do seu trabalho?

Conforme resultados apresentados no Gráfico 7, pode-se observar que baseado em uma escala de 1 a 5, onde 1 = não tem condições necessárias para trabalhar bem e 5 = tem tudo que é necessário para trabalhar bem, foi visto que ninguém pontuou com 1 ou 2, 22,5% pontuou com 3, 42,5% pontuou com 4 e 35% pontuou com 5.

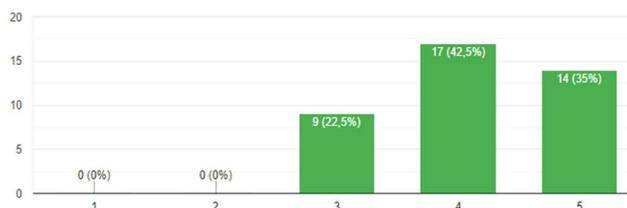


Gráfico 7: O que você acha do ambiente de trabalho da empresa que você trabalha hoje?

Desta forma, o resultado foi muito positivo, já que a grande maioria dos respondentes afirmam que na organização tem tudo que é necessário no seu ambiente de trabalho para que possa desempenhar bem suas tarefas, mais um ponto que de forma direta contribui para que tenha um clima organizacional satisfatório.

Permanência e indicação da sua empresa

Por fim, as últimas questões levantaram pontos acerca da permanência dos colaboradores na organização, sua nota geral para a empresa e a probabilidade de indicarem ela para pessoas conhecidas. Mediante resultados do Gráfico 8, onde a pergunta foi baseada na escala de 1 a 5, em que 1= Nenhuma, estou satisfeito e 5 = Alta, pois estou em busca de um novo emprego. 40% optaram por 1, 27,5 respondeu 2, 22,5% respondeu 3 e apenas 5% que corresponde a 4 pessoas respondeu 4 e 5. Portanto, considerando a escala de respostas de 1 a 2, percebe-se que a grande maioria 67,5 % dos respondentes demonstram estar satisfeitos com o emprego na organização que trabalham.

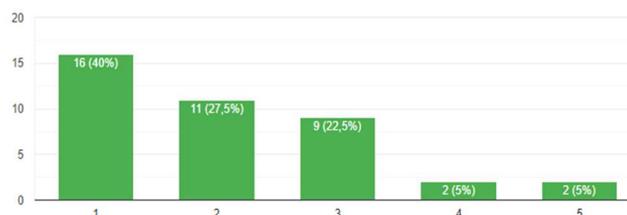


Gráfico 8: Qual é a probabilidade de você procurar outro emprego fora da empresa?

O Gráfico 9 apresenta o resultado baseado em uma escala de 1 a 10 onde 1= Não recomendo e 10 = Sim, eu recomendo. Nesta escala ninguém respondeu 1, 2 e 4. Dos respondentes, 2,5% da amostra total

optaram por 3, 5, 6 e 7, mostra também que 12,5% optou por 9, 17,5% respondeu 8 e 57,5% respondeu 10.

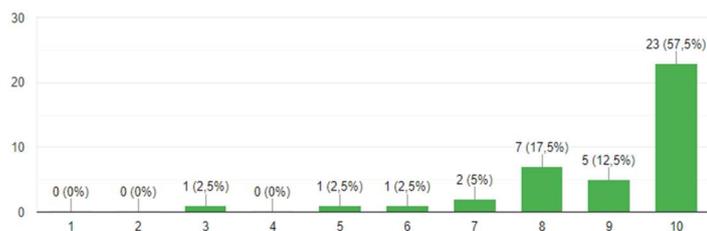


Gráfico 9: Você recomendaria a empresa que você trabalha para outras pessoas?

Nesse sentido, a maioria dos respondentes indicaria a empresa para outras pessoas. Considerando este resultado, a organização tem grande vantagem sobre isso, pois se ela é indicada significa que a mesma possui grande visibilidade que é de interesse das pessoas, ou seja, é bem vista no mercado e suas atividades impactam a sociedade de uma forma muito positiva, já que internamente existe esta percepção por parte dos colaboradores que nela trabalham.

CONCLUSÕES

Diante do objetivo proposto pelo presente estudo, que foi analisar o clima organizacional do setor financeiro de uma empresa de telecomunicações, se pôde concluir que a organização apresenta um clima organizacional favorável ao bom desempenho das atividades do grupo, já que em todas as assertivas foram apontadas alternativas favoráveis pela maioria dos respondentes.

Tal constatação representa um diferencial competitivo para a organização que consegue reter e engajar seus funcionários cada vez mais e mantê-los motivados para continuar desempenhando suas funções com excelência.

Entretanto, é necessário também admitir limitações, afinal, todo estudo científico possui suas fragilidades, seja pelo método aplicado, pelo grupo estudado ou até mesmo pela análise do pesquisador acerca dos dados. Com relação ao presente trabalho, se pode listar o fato de a pesquisa ter sido realizada somente em um setor da organização, talvez o clima organizacional da empresa como um todo não esteja representado pelo constatado no grupo. O próprio método de coleta de dados, através de questionário, apresenta a limitação de não acompanhar o processo de resposta dos participantes, não podendo afirmar com total certeza que todos responderam de boa-fé ou entenderam o conceito da questão elencada.

Por fim, aproveitando da limitação inicial citada, seria interessante sugerir que futuramente sejam realizadas pesquisas sobre clima organizacional em mais setores chave da organização, ou até mesmo uma pesquisa censitária em toda a organização para melhor mensurar o estado do clima organizacional da empresa como um todo.

REFERÊNCIAS

BOYETT, J. H.; BOYETT, J. T.. **O guia dos gurus:** os melhores conceitos e práticas de negócios. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

CHIAVENATO, I.. **Administração de novos tempos.** Rio de

Janeiro: Campus, 2004.

CHIAVENATO, I.. **Gestão de pessoas:** o novo papel dos recursos humanos nas organizações. 4 ed. Barueri: Manole, 2014.

GIL, A. C.. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

LACOMBE, F. J. M.. **Recursos humanos: princípios e tendências**. São Paulo: Saraiva, 2005.

LIKERT, R.. **A technique for the measurement of attitudes**. New York: Archives of Psychology, 1932.

LUZ, R. S.. **Clima Organizacional**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1996.

LUZ, R. S.. **Gestão do clima organizacional**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

MOTTA, F. C. P.. **Teoria Geral da Administração: uma introdução**. 5 ed. São Paulo: Pioneira, 1976.

SCHULTZ, G.. **Introdução a gestão de organizações**. Porto Alegre: UFRGS, 2016.

SIMÕES, R.. **Introdução à Técnica da Reunião**. São Paulo: Atlas, 1970.

SPECTOR, P. E.. **Psicologia nas organizações**. 4 ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

STONER, J. A. F.. **Administração**. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

TYLOR, E. B.. **Primitive Culture**. Londres: Gordon Press, 1871.

VIEIRA, E. F.; VIEIRA, M. M. F.. Estrutura Organizacional e Gestão do Desempenho nas Universidades Federais Brasileiras. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v.37, n.4, p.899-920, 2003.

XAVIER, R.. **Gestão de pessoas na prática: Os desafios e as soluções**. São Paulo: Gente 2006.

YIN, R. K.. **Pesquisa qualitativa do início ao fim**. Porto Alegre: Penso, 2016.

A CBPC – Companhia Brasileira de Produção Científica (CNPJ: 11.221.422/0001-03) detém os direitos materiais desta publicação. Os direitos referem-se à publicação do trabalho em qualquer parte do mundo, incluindo os direitos às renovações, expansões e disseminações da contribuição, bem como outros direitos subsidiários. Todos os trabalhos publicados eletronicamente poderão posteriormente ser publicados em coletâneas impressas sob coordenação da **Sustenere Publishing**, da Companhia Brasileira de Produção Científica e seus parceiros autorizados. Os (as) autores (as) preservam os direitos autorais, mas não têm permissão para a publicação da contribuição em outro meio, impresso ou digital, em português ou em tradução.