

ANÁLISE DO CLIMA ORGANIZACIONAL EM CENTRO DE DISTRIBUIÇÃO VAREJISTA DO MUNICÍPIO DE RIO NEGRO – PR ¹

*Paola Alexia Colaço de Assumpção²
Claudia Aparecida Marques Nassif Ribas³*

RESUMO: Este artigo foi realizado com o intuito de analisar a atual situação motivacional dos colaboradores de um Centro de Distribuição Varejista do Município de Rio Negro – PR, pois o sucesso de uma empresa depende do desempenho das pessoas que nela trabalham. A metodologia utilizada foi pesquisa quantitativa descritiva, com um total de 30 colaboradores. A coleta de dados ocorreu através de questionário adaptado de Bispo (2006), para a tabulação e análise dos dados foi utilizado o programa SPSS e AmosTM. Foram identificadas as principais variáveis que compõem os fatores internos e externos. Após a identificação foi utilizado o método de regressão linear e de correlação entre as variáveis apresentadas, através da análise dos dados, foi possível observar que o clima organizacional no Centro de Distribuição é positivo e, portanto favorável a organização. O estudo é um projeto pioneiro na mesma e fica a disposição para futuras aplicações nas demais unidades.

Palavras chave: Clima Organizacional. Motivação Funcional. Centro de distribuição.

ANALYSIS OF THE ORGANIZATIONAL CLIMATE IN CENTER OF DISTRIBUTION RETAILER OF COUNTY RIO NEGRO - PR

ABSTRACT: This article was performed in order to analyze the current situation motivating the employees of a Retailer Distribution Center of the Municipality of Rio Negro - PR for the success of a company depends on the performance of the people who work there. The methodology was descriptive quantitative research, with a total of 30 employees. The data was collected through a questionnaire -based Bishop (2006), for tabulation and analysis of data and AmosTM SPSS program was used. The main variables that make up the internal and external factors were identified. After identifying the method of linear regression and correlation between the variables presented through analysis of the data was used, it was observed that the organizational climate at the Distribution Center is positive and so supportive organization. The study is a pioneering project in the same and is available for future applications in other units.

Keywords: Organizational Climate. Functional Motivation. Distribution Center.

¹ Trabalho de conclusão de curso da 8ª fase do curso de Administração na Universidade do Contestado- UnC- *campus* Mafra

² Acadêmica do curso de Administração na Universidade do Contestado – UnC - *Campus* Mafra: alexiaassumpcao@hotmail.com

³ Professora orientadora de trabalho científico Universidade do Contestado – UnC - *Campus* Mafra: claudia_nassif@unc.br

1 INTRODUÇÃO

O funcionamento eficiente de uma empresa depende das atividades realizadas pelas pessoas que a compõem e produzem os resultados. Daí a importância em pesquisar como estas pessoas sentem-se diante dos fatores internos e externos que envolvem o seu ambiente de trabalho e também a empresa como um todo, já que o clima organizacional influencia diretamente o comportamento do indivíduo afetando assim o desenvolvimento das atividades realizadas pela empresa.

Com um ambiente empresarial cada vez mais exigente as devem buscar formas de manterem-se competitivas no mercado. Bento (2000) nos diz que “as recentes mudanças no mundo do trabalho, as novas formas de organização, reestruturação produtiva e a globalização colocam novos desafios para as instituições ligadas ao mercado de trabalho”. Portanto é fundamental que as empresas invistam na gestão de seu capital humano, pois a qualidade apresentada por elas está diretamente ligada à forma como as pessoas sentem-se com relação ao local em que trabalham.

Pessoas que trabalham em um clima organizacional positivo realizam seus trabalhos de maneira mais prazerosa e estão sempre na busca de melhores resultados. Desta forma colocou-se a seguinte questão de pesquisa:

Qual a situação do Clima Organizacional de um Centro de Distribuição varejista do município de Rio Negro - PR?

Portanto esta pesquisa teve como objetivo analisar o clima organizacional em centro de distribuição varejista do município de Rio Negro – PR, e para isso foi necessárias leituras sobre o tema para desenvolvimento de fundamentação teórica sobre o assunto, verificar a satisfação e a motivação dos colaboradores do centro de distribuição e identificar os principais fatores internos e externos que influenciam no relacionamento entre os profissionais e a instituição. O clima organizacional é identificado através de pesquisas aplicadas aos colaboradores das empresas, as quais buscam identificar como os fatores internos e externos influenciam no estado de ânimo, humor, motivação e satisfação das pessoas envolvidas no processo produtivo.

A organização tomada como base para pesquisa, nunca teve um estudo do gênero aplicado na empresa, o que torna este trabalho um projeto pioneiro para aplicação posterior nas demais unidades.

Este estudo terá como contribuição o fornecimento de informações capazes de auxiliar gerentes e administradores de unidades varejistas no que diz respeito a utilizar-se de um clima favorável para atingir resultados positivos para a organização através de seus funcionários. Para a acadêmica contribuirá como forma de aperfeiçoamento humano aliando o conhecimento adquirido no decorrer do curso com a prática e profissionalmente por fazer parte da empresa que será usada como objeto de estudo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A seguir apresenta-se o contexto teórico com temas que condizem e fundamentam o propósito deste trabalho.

2.1 ADMINISTRAÇÃO

A tarefa de administrar e alcançar objetivos dentro de uma organização é formada por quatro processos sendo eles planejar, organizar, dirigir e controlar. Para Chiavenato (1993 p. 9), “administrar é a arte de interpretar os objetivos propostos pela organização e transformá-los em ação organizacional”.

Segundo Chiavenato (1990, p. 1), “um homem sozinho tem capacidade para fazer muitas coisas e atingir muitos objetivos”. Porém continua afirmando que quando um homem trabalha em grupo e em sociedade, a capacidade de fazer coisas e atingirem objetivos facilita o desenvolvimento e mostra como somos ágeis, rápidos e criativos quando tratamos de interesses.

2.1.1 Abordagem Humanística

A abordagem humanística é uma tendência que surgiu nos Estados Unidos e modificou o estudo e a prática da Administração. Baseia-se nos aspectos psicológicos e sociais do indivíduo.

Conforme Chiavenato (2003, p. 98):

Com a abordagem humanística, a Teoria Administrativa passa por uma revolução conceitual: a transferência da ênfase antes colocada na tarefa (pela Administração Científica) e na estrutura organizacional (pela Teoria Clássica) para a ênfase nas pessoas que trabalham ou que participam nas organizações.

Através da abordagem humanística as pessoas tornam-se o foco central das preocupações administrativas, bem como o bem estar proporcionado e a motivação, visando à garantia de uma maior eficiência e também eficácia.

2.1.2 Teoria das Relações Humanas

A Teoria das Relações Humanas surgiu nos Estados Unidos, como consequência das conclusões da experiência de Hawthorne, realizada por Elton Mayo e seus colaboradores.

Conforme Chiavenato (2003, p. 102):

A experiência foi coordenada por Elton Mayo, e estendeu-se à fadiga, aos acidentes de trabalho, à rotatividade de pessoal (*turnover*) e ao efeito das condições de trabalho sobre a produtividade do pessoal. Os pesquisadores verificaram que os resultados da experiência eram prejudicados por variáveis de natureza psicológica.

De acordo com Silva e Rodrigues (2007, p. 19), a Teoria das Relações Humanas pregava que a melhor maneira de motivar os empregados seria dar ênfase ao comportamento social dos mesmos, oferecendo-lhes oportunidades de se sentirem úteis e importantes para o trabalho.

Através das conclusões decorrentes do estudo de Mayo, definiu-se que a qualidade do tratamento dispensado pela gerência aos trabalhadores exerce forte influência no desempenho do trabalhador, ou seja, quanto melhor o tratamento destinado ao trabalhador, melhor será o desempenho do mesmo.

2.1.3 Teoria Comportamental

A Teoria Comportamental ou ainda teoria Behaviorista, surgiu no final da década de 1940, inspirada na psicologia organizacional, que trata do estudo do comportamento das pessoas dentro de uma organização.

Segundo o autor Chiavenato (2003, p.329):

Os autores behavioristas verificaram que o administrador precisa conhecer as necessidades humanas para melhor compreender o comportamento humano e utilizar a motivação humana como poderoso meio para melhorar a qualidade de vida dentro das organizações.

É a partir da Teoria Comportamental que os aspectos motivacionais dentro das organizações começam a ser abordados com maior atenção, visando à melhoria na qualidade de vida dos trabalhadores e ao mesmo tempo o aumento de sua capacidade produtiva.

2.2 MOTIVAÇÃO

De acordo com Maximiano (2004, p. 267): “A palavra Motivação deriva do latim *motivus*, *movere*, que significa mover. Em seu sentido original, a palavra indica o processo pelo qual o comportamento humano é incentivado, estimulado ou energizado por algum tipo de razão ou motivo.”

A motivação busca a realização pessoal do colaborador de acordo com suas vontades próprias. O desafio encontrado pelas empresas é construir um ambiente de trabalho favorável, que estimule a motivação do funcionário em atingir seus objetivos individuais colaborando assim com os objetivos da organização.

A motivação é algo de natureza individual uma pessoa não pode motivar a outra. Maximiano (2004, p. 268) afirma que: “Não há um estado geral de motivação, que leve uma pessoa a entusiasmar-se por tudo”.

Segundo o pensamento do autor as pessoas podem estar muito motivadas em um setor de suas vidas, mas não estarem motivadas em outros. Não se pode estar motivado sempre e para tudo. Sabe-se que uma pessoa está motivada quando ela realmente gosta do que faz e não mede esforços para alcançar suas metas.

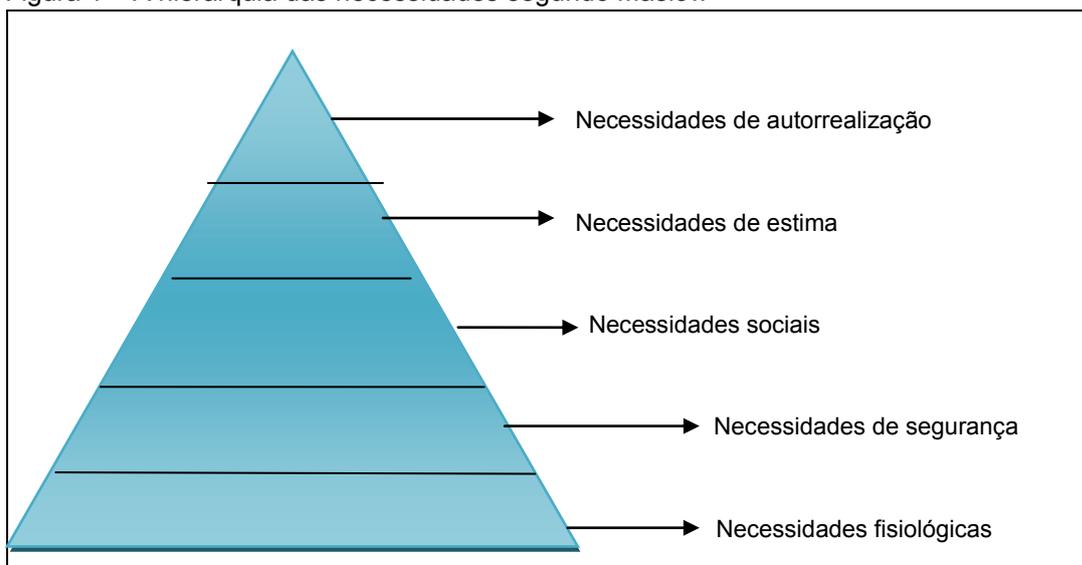
2.2.1 Pirâmide de Maslow

O psicólogo Abraham Maslow desenvolveu uma teoria sobre a hierarquia das necessidades humanas que se tornou uma das teorias mais conhecidas sobre a motivação humana.

Para Gil (2006, p.206) “a teoria de Maslow é particularmente importante no ambiente de trabalho, porque ressalta que as pessoas não necessitam apenas de recompensas financeiras, mas também de respeito e atenção dos outros”.

Maslow em sua teoria descreve as necessidades em cinco graus diferentes, representadas por uma pirâmide, onde na base estão as necessidades mais baixas e no topo as necessidades mais elevadas.

Figura 1 – A hierarquia das necessidades segundo Maslow



Fonte: Adaptado de Chiavenato, 2003, p. 331.

- Necessidades fisiológicas: Refere-se as necessidades vitais como fome, sede, sono, desejo sexual e vestuário.
- Necessidades de segurança: É a busca pela proteção a vida contra ameaça ou privação e fuga do perigo.
- Necessidades sociais: Corresponde a necessidade de associação, participação, amor, afeto entre outros.
- Necessidade de estima: Envolve a forma como o ser humano se avalia, sua autoconfiança, respeito, status e consideração.

–Necessidade de auto realização: Esta relacionada com a realização do próprio potencial e auto desenvolvimento.

Segundo Vecchio (2008, p.77), “Maslow acreditava que os gerentes deveriam se empenhar a fim de criar o clima necessário para desenvolver em grau máximo o potencial de seus colaboradores”.

Os gerentes e líderes podem ser considerados elementos diretamente ligados ao clima que as empresas apresentam, pois são eles que devem repassar as responsabilidades de cada colaborador bem como cobrar os resultados produzidos.

2.2.2 Teoria dos Dois Fatores de Herzberg

Frederick Herzberg teve uma importante contribuição nos estudos e teorias motivacionais ao concluir que há dois fatores que influenciam o comportamento humano dentro das organizações sendo eles denominados de higiênicos e motivacionais.

De acordo com Gil (2006, p. 207),

os fatores higiênicos referem-se aos fatores necessários para ajustar os empregados a seu ambiente, tais como pagamento e condições de trabalho. Esses fatores não são suficientes para promover a motivação, mas precisam ser pelo menos satisfatórios para não desmotivar as pessoas.

Sobre os fatores motivacionais Chiavenato (2003, p. 334), cita que “os fatores motivacionais estão sob o controle do indivíduo, pois estão relacionados com aquilo que ele faz e desempenha. Envolve sentimentos de crescimento individual, reconhecimento profissional e auto-realização”.

Para melhor exemplificar a idéia do autor segue abaixo o quadro com os fatores que levam o colaborador a insatisfação e a satisfação.

Quadro 1 – Fatores higiênicos e motivacionais

Fatores que levam à insatisfação	Fatores que levam à satisfação
Política da Empresa	Crescimento
Condições do ambiente de trabalho	Desenvolvimento
Relacionamento com outros colaboradores	Responsabilidade
Segurança	Reconhecimento
Salário	Realização

Fonte: Adaptado de Serrano (2006)

De acordo com Vecchio (2008, p.78), “o argumento de Herzberg é único, pelo fato de diferenciar os fatores que motivam os empregados daqueles que conduzem à insatisfação”.

Com os estudos de Herzberg verificou-se que as pessoas não necessitam apenas ter bons salários, mas além deste fator sentem-se motivados e estimulados na realização de suas tarefas.

2.2.3 Teoria do Desenvolvimento Organizacional (DO)

A Teoria do desenvolvimento organizacional surge com o intuito de facilitar e organizar o crescimento e desenvolvimento das organizações, principalmente, no que diz respeito às pessoas e ao ambiente organizacional. Segundo Chiavenato (2003, p. 371), “o conceito de DO está relacionado com os conceitos de mudança e de capacidade adaptativa da organização à mudança que ocorre no ambiente”.

As mudanças podem ser ocorrências acidentais ou atividades planejadas, intencionais e orientadas para resultados (ROBBINS, 2002, p. 528).

As pessoas têm percepções diferentes sobre mudança e por isso precisam aprender a lidar com os medos e dúvidas que surgem dela. Por isso é importante que todo administrador esteja preparado para adaptar-se as situações que o ambiente de trabalho pode apresentar.

2.3 GESTÃO DE PESSOAS

O enfoque dado à administração de pessoas vem crescendo muito nas organizações com o objetivo de melhorar os resultados através do nível de satisfação de seus colaboradores.

Para Gil (2006, p. 17): “Gestão de Pessoas é a função gerencial que visa à cooperação das pessoas que atuam nas organizações para o alcance dos objetivos tanto organizacionais quanto individuais”

Para Lacombe (2006, p. 14), “é preciso considerar que, embora as pessoas precisem ser administradas pelas organizações como seus recursos humanos não se podem perder de vista que elas são seres humanos, que querem ser felizes e ter qualidade de vida”. Assim a administração de pessoas passa a ver os trabalhadores

como seres com comportamentos distintos e imprevisíveis perante as mais diversas situações. Cada pessoa tem uma história de vida individual carregada de emoções e sentimentos que refletem em suas atitudes no cotidiano. Portanto a valorização dos colaboradores é mais que um tema a ser discutido pelos profissionais da área de administração, é um fator fundamental para as empresas que buscam o sucesso em suas atividades.

2.4 CULTURA ORGANIZACIONAL

A cultura organizacional de uma empresa é formada pelos valores, crenças, normas, regras e costumes das pessoas que a compõem.

Conforme Robbins (2005, p. 375), a cultura organizacional é um sistema de valores compartilhado pelos membros, o qual permite diferenciar uma organização das demais, ou seja, refere-se à maneira pela qual os funcionários percebem as características da cultura da empresa.

Segundo Meggionson (1998, p. 428), a cultura organizacional pode ser definida como o “conjunto de valores, crenças e padrões de comportamento que formam o núcleo de identidade de uma organização”.

Santos (2000, p. 36), afirma que, embora muitas vezes “o uso das palavras crença e valores seja intercambiável, existe diferença entre elas. Crença é aquilo que as pessoas acreditam ser verdadeiro ou não em suas mentes. Valor representa o que é importante para elas”.

Souza (1981, p. 9) define cultura organizacional como “o conjunto de fenômenos resultantes da ação humana, visualizada dentro das fronteiras de um sistema”. Já Chiavenato (2005, p. 164), afirma que “no estudo das organizações, a cultura equivale ao modo de vida das organizações em todos os seus aspectos, como ideias, crenças, costumes, regras, técnicas, etc.”.

A cultura organizacional poder ter efeito positivo ou negativo nas empresas, Chiavenato (2005) conclui que ela pode ser flexível e impulsionar a organização, ou também pode ser rígida e travar seu desenvolvimento.

Mesmo que a cultura organizacional não seja regida por regras, ela orienta todos os membros da organização.

2.5 CLIMA ORGANIZACIONAL

Na administração o clima organizacional é determinado pelas características ambientais em conjunto com os elementos motivacionais, onde seu bom desenvolvimento faz com que o ambiente de trabalho seja muito mais produtivo e os resultados alcançados com maior facilidade.

Para Chiavenato (2003, p. 373), “O clima organizacional esta ligado ao moral e a satisfação das necessidades dos participantes e pode ser saudável ou doentio”.

Lacombe (2006, p. 236) cita que o “clima organizacional reflete o grau de satisfação do pessoal com o ambiente interno da empresa”.

Gil (2006, p. 272) complementa “claro que a motivação dos empregados não significa que a empresa deixe de ter problemas”.

Desta forma, um empregado pode não estar contente com seu salário, mas se gostar do local onde trabalha e da relação que tem com os colegas de trabalho, irá sentir-se comprometido em desenvolver suas funções da melhor maneira possível.

Maximiano (2009) afirma que o Clima Organizacional em essência é uma medida de como as pessoas se sentem em relação à empresa e seus administradores, tendo seu conceito evoluído para o conceito de qualidade de vida no trabalho.

Para Siqueira (2008, p. 29), clima organizacional e a compreensão do modo como o contexto do trabalho afeta o comportamento e as atitudes das pessoas neste ambiente, sua qualidade e o desempenho da organização.

Portanto o clima organizacional não depende apenas do ambiente em que os trabalhadores estão desempenhando suas funções, ele está relacionado com a carga emocional despendida por cada pessoa, pela sua situação motivacional com elementos internos como, por exemplo, relacionamento com a estrutura hierárquica a que esta submetido ou até mesmo com o ambiente físico a que esta sujeito a passar o dia todo, ou com elementos externos como política, sociedade e a economia que fazem parte de sua vida particular.

Segundo Ferreira, Fortuna e Tachizawa (2006), boa parte das organizações tem a preocupação de conferir periodicamente seu clima, tendo o conhecimento de

que seu trabalho poderá ser prejudicado, as relações interpessoais comprometidas e resultados abaixo das expectativas dependendo do estado em que se apresentar.

Desta forma, Bispo (2006, p. 259) dispõe:

A pesquisa de clima organizacional é uma ferramenta objetiva e segura, isenta de comprometimento com a situação atual, em busca de problemas reais na gestão dos Recursos Humanos. 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.

É conveniente que as empresas realizem pesquisas a fim de identificar o clima organizacional atual de suas instituições, visto que um clima organizacional positivo pode beneficiar os colaboradores, os clientes e a organização como um todo, assim como um clima organizacional desfavorável faz com que todos saiam perdendo.

3 METODOLOGIA

A metodologia da pesquisa deve ser interpretada como o detalhamento seqüencial dos métodos e técnicas científicas que serão executadas ao longo da pesquisa, de maneira a atingir os objetivos propostos, bem como, alcançar menor custo, maior rapidez e confiabilidade de informação (BARRETO, HONORATO, 1998).

Neste trabalho estão desenvolvidas as etapas descritas na sequência.

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Para o desenvolvimento deste trabalho foi utilizada pesquisa de campo quantitativa, para a aplicação de questionário, que correspondem à situação problemática e ao objetivo do trabalho.

Na pesquisa do tipo quantitativa, Malhotra (2004) salienta que procura quantificar os dados e aplicá-los sobre forma de análises estatísticas.

Além do estudo quantitativo, foi desenvolvida uma pesquisa qualitativa para compreender, interpretar e classificar os dados quantitativos obtidos.

3.1.1 Pesquisa Bibliográfica

A pesquisa bibliográfica visa desenvolver a fundamentação teórica sobre o tema proposto, e foi baseada em livros e artigos pertencentes à Biblioteca Conselheiro Mafra da Universidade do Contestado – Campus Mafra e artigos disponíveis na internet.

Através da pesquisa bibliográfica encontram-se fundamentos e pensamentos que direcionam o desenvolvimento do trabalho, por isso destaca-se sua importância: “[...] a pesquisa bibliográfica tem por finalidade conhecer as diferentes formas de contribuição científica que se realizaram sobre determinado assunto ou fenômeno (OLIVEIRA, 2002, p. 119).”

3.1.2 Pesquisa Documental

Segundo Marconi e Lakatos (2010, p. 157), “[...] a característica da pesquisa documental é que a fonte de coleta de dados está restrita a documentos, escritos ou não, constituindo o que se denomina de fontes primárias. Estas podem ser feitas no momento em que o fato ou fenômeno ocorre, ou depois”.

A pesquisa documental do presente trabalho foi realizada através de contato com o responsável pelo departamento de Recursos Humanos da empresa para coletar dados sobre a estrutura e sobre a quantidade de colaboradores do Centro de Distribuição.

3.1.3 Pesquisa de Campo

A pesquisa de campo foi realizada através da aplicação de questionários aos indivíduos elencados no censo da pesquisa, a fim de identificar como está o clima organizacional, os fatores internos e externos que influenciam na motivação, satisfação dos empregados e as condições de relacionamento entre a empresa e seus funcionários.

A população desta pesquisa corresponde aos colaboradores de um Centro de Distribuição Varejista no Município de Rio Negro, sendo um total de 30 colaboradores ativos e efetivos.

A pesquisa foi realizada através do instrumento de coleta de dados constituído por um questionário baseado em Bispo (2006), contendo 63 (sessenta e três) questões fechadas e 1 (uma) aberta, que foram respondidas por todos os 30 colaboradores.

A classificação de escala utilizada no questionário é a escala de Likert, que se refere a uma escala de medida com cinco categorias de respostas que vão de 1 para 'discordo totalmente' a 5 para 'concordo totalmente', e que determina que os participantes indiquem um grau de concordância ou de discordância com cada uma das afirmações.

Na confecção do questionário optou-se em não adotar questões de perfil para não identificar os respondentes em função do número de colaboradores.

A coleta dos dados se deu da seguinte forma: os questionários foram entregues dentro de envelopes aos colaboradores pela própria acadêmica nas dependências da organização. O colaborador não precisou se identificar e a coleta dos dados ocorreu na primeira quinzena do mês de setembro de 2014.

Depois de respondidos os questionários, os mesmos foram depositados em uma caixa de papelão que estava disponível no ambiente de trabalho, evitando qualquer forma de identificação dos respondentes.

Para a análise e tabulação dos dados utilizaram-se técnicas estatísticas como a análise de regressão múltipla e correlação de significância entre as variáveis, sendo estes realizados com o uso dos pacotes estatístico SPSS 17.0 (Statistical Package for the Social Science) e AmosTM 18.0 e Excel 2010

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Segundo Hair *et al* (2005), regressão múltipla é o método de análise apropriado quando o problema de pesquisa envolve uma única variável dependente métrica considerada relacionada a duas ou mais variáveis independentes métricas.

A escolha da aplicação desse método para a análise dos resultados dessa pesquisa tem como objetivo prever mudanças que podem ocorrer na variável dependente identificada que neste caso é *Vida Social* como consequência das mudanças nas variáveis independentes, sendo elas: Vida Profissional, Incentivos

Profissionais, Remuneração, Ambiente de Trabalho, Motivação, Investimento e Despesas Familiares, Situação Financeira e Política e Economia.

Através da correlação de Pearson foram encontradas as seguintes correlações, sendo que são considerados significantes resultados menores que 0,05.

A variável *Vida Social* apresentou associação significativa com as seguintes variáveis: *Vida Profissional*, *Motivação*, *Investimentos e Despesas Familiares* e *Situação Financeira*, conforme demonstrado no Quadro 3. O resultado evidencia o quanto a vida social dos pesquisados recebe influência das variáveis citadas, que são interna e externas, com destaque para a variável *vida profissional* (na empresa) e *situação financeira* (pessoal) que são mais significativas ($p < 0,05$). Segundo os dados obtidos, os respondentes têm o fator interno Vida Profissional e o fator externo Situação Financeira, como principais pilares de suas vidas sociais e como consequência são os fatores de maior importância na análise do clima organizacional. Sendo que no quesito Vida Profissional os colaboradores responderam estar satisfeitos com os planos de carreira oferecidos pela empresa, com a estrutura hierárquica a qual estão submetidos, além de demonstrar orgulho em trabalhar na organização e preocupar-se com o futuro da mesma. Com relação a Situação Financeira a grande maioria respondeu estar satisfeito com o patrimônio adquirido, bem como seu vestuário, carro e residência.

A variável *Vida Profissional* apresentou correlações significativas com *Incentivos Profissionais*, *Remuneração*, *Ambiente de Trabalho* e *Motivação*, o que possui subsídio conceitual. A variável *Incentivos Profissionais* obteve correlação significativa com *Remuneração*, *Ambiente de Trabalho* e *Motivação*. A variável *Remuneração* apresentou correlação significativa com *Ambiente de Trabalho* e *Motivação*. As variáveis *Ambiente de trabalho* e *motivação* apresentam correlação significativa. *Investimentos e Despesas Familiares* apresentaram correlação significativa com a variável *Situação Financeira*.

De acordo com os resultados a Política e Economia não interferem no ambiente de trabalho nem na motivação em desenvolver suas atividades.

Pode-se verificar através destes dados que o ambiente interno não sofre grande influencia dos fatores externos, assim o clima organizacional pode ser trabalhado com recursos da própria empresa, como por exemplo, realização de

palestras motivacionais, reajuste na remuneração ou aumento dos incentivos profissionais.

Quadro 2 – Correlações

	Vida_Social	Vida_Prof	Incentivo_Prof	Remuneracao	Ambiente_Trab	Motivacao	Invest_Desp	Situacao_Finan	Pol_Economia	
Correlação de Pearson	Vida_Social	1,000	,539	,289	,045	,296	,435	,335	,563	,086
	Vida_Prof		1,000	,629	,596	,588	,873	,118	,065	,133
	Incentivo_Prof			1,000	,336	,533	,679	-,101	-,131	-,219
	Remuneracao				1,000	,443	,572	-,032	-,139	,105
	Ambiente_Trab					1,000	,665	,047	-,013	,001
	Motivacao						1,000	,075	,100	-,018
	Invest_Desp							1,000	,574	,124
	Situacao_Finan								1,000	-,102
	Pol_Economia									1,000
Sig. (1 extremidade)	Vida_Social		,001	,061	,406	,056	,008	,035	,001	,325
	Vida_Prof			,000	,000	,000	,000	,267	,367	,242
	Incentivo_Prof				,035	,001	,000	,297	,245	,122
	Remuneracao					,007	,000	,433	,233	,291
	Ambiente_Trab						,000	,402	,472	,499
	Motivacao							,347	,300	,462
	Invest_Desp								,000	,257
	Situacao_Finan									,296
	Pol_Economia									

a. Dependent Variable: Vida_Social

b. Menor que 0,05 é significante

Fonte: Dados Coletados na Pesquisa de Campo

O teste *t* é conceituado como uma medida que informa se o previsor em questão está contribuindo de forma significativa para o modelo, e o nível de significância adequado é $p < 0,001$ (FIELD, 2009).

Verifica-se que os únicos previsores que contribuem de forma positiva e significativa são *Situação Financeira* ($t = 3,360$ e $p < 0,05$) e *Vida Profissional* ($t = 2,599$ e $p < 0,05$).

Quadro 3 – Coeficientes do modelo de regressão

	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.	Estatísticas de colinearidade	
	B	Modelo padrão	Beta			Tolerância	VIF
(Constante)	-,081	,932		-,087	,931		
Vida_Prof	,773	,297	,767	2,599	,017	,190	5,261
Incentivo_Prof	,106	,170	,126	,624	,539	,403	2,481
Remuneracao	-,171	,108	-,271	-1,589	,127	,570	1,755
Ambiente_Trab	,080	,150	,094	,532	,601	,532	1,880
Motivacao	-,237	,266	-,278	-,892	,383	,170	5,874
Invest_Desp	-,091	,187	-,079	-,488	,631	,627	1,596
Situacao_Finan	,523	,156	,578	3,360	,003	,560	1,787
Pol_Economia	,078	,111	,104	,702	,490	,753	1,328

a. Variável dependente: Vida_Social

Fonte: Dados Coletados na Pesquisa de Campo

A pergunta aberta contida nos questionários para que fossem realizadas sugestões e observações não foi respondida por nenhum dos colaboradores.

Através desta pesquisa pode-se verificar que o clima organizacional em um Centro de Distribuição Varejista do Município de Rio Negro – PR é favorável e que seus principais fatores de influencia são os fatores chamados internos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho analisou o clima organizacional de um Centro de Distribuição Varejista do Município de Rio Negro – PR. Para tanto buscou-se atender a dois objetivos específicos, sendo eles: verificar a satisfação e a motivação dos colaboradores do centro de distribuição e identificar os principais fatores internos e externos que influenciam no relacionamento entre os profissionais e a instituição.

Foi realizado um levantamento das principais teorias e tendências da administração que permitiu identificar que as empresas devem valorizar o seu capital humano para obter sucesso em suas atividades.

A ação desenvolvida para responder ao primeiro objetivo específico foi a análise dos dados através do método de regressão linear múltipla que mostrou que a motivação está contribuindo de forma negativa para a organização.

O segundo objetivo quando desenvolvido permitiu a identificação dos principais fatores que influenciam no clima organizacional e através desses dados pode-se realizar uma correlação entre variáveis independentes e uma variável dependente chamada de Vida Social. Como variáveis independentes foram utilizadas: Vida Profissional, Incentivos Profissionais, Remuneração, Ambiente de Trabalho, Motivação, Investimentos e Despesas Familiares, Situação Financeira e Política e Economia.

Após a realização das análises constatou-se que o clima organizacional do Centro de Distribuição Varejista é positivo sendo assim é considerado favorável ao desenvolvimento da organização. Segundo Chiavenato (2005 p.52-53), “o grande diferencial, a principal vantagem competitiva das empresas, decorre das pessoas que nela trabalham”, por isso considera-se de extrema importância que os gestores voltem sua atenção para seu lado humano que são os responsáveis por produzir a qualidade.

A principal dificuldade encontrada na realização da pesquisa foi a abstinência de resposta na folha avulsa para observações, visto que a mesma poderia servir como uma forma dos colaboradores expressarem seus sentimentos e opiniões com relação ao local em que trabalham.

Este estudo permitiu à acadêmica conciliar os conhecimentos acadêmicos com a realidade organizacional vivenciada no ambiente profissional. Sugere-se que a empresa adote o modelo para futuras aplicações nas demais unidades.

REFERÊNCIAS

BARRETO, Alcyrus Vieira Pinto; HONORATO, Cezar de Freitas. **Manual de sobrevivência na selva acadêmica**. Rio de Janeiro: Objeto Direto, 1998.

BENTO, Maria Aparecida Silva (Org.). **Ação afirmativa e diversidade no trabalho: Desafios e possibilidades**. São Paulo: Casa do psicólogo, 2000.

BISPO, Carlos Alberto Ferreira. **Um novo modelo de pesquisa de clima organizacional**. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-65132006000200007>. Acesso em: 14/08/2014.

CHIAVENATO, Idalberto. **Introdução à teoria geral da administração**. 7. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

_____. _____. 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

_____. _____.: 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

FERREIRA, V. C. P.; FORTUNA, A. A. M.; TACHIZAWA, T. **Gestão com Pessoas: uma abordagem aplicada às estratégias de negócios**. 5. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006;

FIELD, A. **Descobrimo a estatística usando SPSS**. Tradução de Lorí Viali. 2.ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

GIL, Antônio Carlos. **Gestão de pessoas: Enfoque nos papéis profissionais**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

HAIR, Joseph F; ANDERSON, Rolph E; TATHAM, Ronald L. **Análise multivariada de dados**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005. 593 p.

LACOMBE, Francisco. **Recursos humanos: princípios e tendências**. São Paulo: Saraiva, 2006.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MAXIMIANO, A. C. A. **Teoria geral da administração: da revolução urbana à revolução digital**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009;

OLIVEIRA, Silvio Luiz. **Tratado de metodologia científica: projetos de pesquisa, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses**. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 2002.

ROBBINS, Stephen P. **Comportamento organizacional**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

ROBBINS, Stephens. **Comportamento organizacional**. 9.ed. Pearson Editora, 2002.

SANTOS, Neusa Maria Bastos F. **Cultura organizacional no desempenho: pesquisa, teoria e aplicação**. Lorena: Stiliano, 2000.

SERRANO, Daniel Portillo. **A teoria de Herzberg**. Disponível em <<http://www.portaldomarketing.com.br/Artigos/Teoria%20de%20Herzberg.htm>> de 08 de dezembro de 2006. Acesso: 15 mar. 2014.

SILVA, Walmir Rufino da; RODRIGUES, Cláudia Medianeira Cruz. **Motivação nas organizações**. São Paulo: Editora Atlas, 2007.

SIQUEIRA, Mirlene Maria Matias e TAMAYO, Alvaro. **Medidas do comportamento organizacional**: ferramentas de diagnóstico e de gestão. 1 ed. Porto Alegre: Artmed, 2008.

SOUZA, Edela Lanzer P. **Considerações em torno de desenvolvimento organizacional e cultura organizacional**. Revista de Administração de Empresas – USP. São Paulo, 24, v. 16, n. 3, p.8-15, jul./set. 1981.

VECCHIO, Robert P.. **Comportamento organizacional**: conceitos básicos. São Paulo: Cengage Learning, 2008. Roberto Galman.

Artigo recebido em: 12/05/2014

Artigo aprovado em: 29/05/2015