

CULTURA E CLIMA ORGANIZACIONAL: Como a cultura e o clima influenciam nas relações interpessoais entre os funcionários

Edivania de Fátima Fernandes¹
Leticia Veiga Vasques²

RESUMO

O presente trabalho analisa o clima e a cultura organizacional da Cooperativa de Agricultores Familiares de Poço Fundo e Região - COOPFAM os conceitos de clima e cultura contribuem de maneira satisfatória para compreender o estágio no qual a organização se situa. O presente trabalho foi feito através de um estudo de caso com os funcionários da COOPFAM a fim de identificar o clima e as suas possíveis influências na cultura organizacional da empresa. Os resultados indicaram que as percepções dos membros, da unidade são comprometidos com seu trabalho na empresa, e que a cultura influencia positivamente a o clima organizacional na COOPFAM.

Palavras-chave: Clima organizacional. Cultura organizacional. COOPFAM.

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho analisa o clima e a cultura organizacional entre o quadro social em uma cooperativa de agricultores familiares. Tal abordagem se justifica, pois, os conceitos de clima e cultura contribuem de maneira satisfatória para compreender o estágio no qual a organização se situa. Com o crescente aumento de conflito e desmotivação a pesquisa de clima e cultura se torna uma ferramenta indispensável para o bom resultado da empresa. É importante ressaltar que ainda hoje muitas empresas acreditam que cultura e clima são sinônimos; outros, que se relacionam entre si.

Uma função importante da cultura organizacional é distinguir uma organização de outras e de seu ambiente, proporcionando a esta uma identidade externa. Ela atua como um filtro de percepção, encorpado com histórias e mitos, os quais ganham significado a partir da rotina, eventos vivenciados frequentemente, assim como em

¹ Graduada em Administração de empresas pelo instituto Machadense de Ensino Superior (IMES). Pós graduanda do curso MBA gestão estratégica de pessoas do Centro Universitário do Sul de Minas UNIS/MG. E-mail: edivaniaffernandes@gmail.com

² Orientadora. Mestra em Letras. E-mail: leticivasques@unis.edu.br

situações únicas. Cultura é um mecanismo de controle social. Através da cultura a organização define a realidade com a qual os seus membros irão viver. Estas socializam os novos membros de uma forma peculiar de fazer as coisas e periodicamente ressocializa seus membros mais antigos.

Este estudo também tem importância para a comunidade, pois as informações levantadas pela pesquisa possibilitarão para a empresa uma melhor visão de como a cultura e o clima afetam no seu desenvolvimento. O propósito deste estudo é esclarecer questões relacionadas à cultura e ao clima organizacional, além de analisar requisitos e consequências da utilização na gestão de cooperativas.

Investigando se a cultura organizacional influencia o clima organizacional de uma Cooperativa de Agricultura Familiar do sul de Minas Gerais. Para isso identificamos o perfil de cultura organizacional predominante; o tipo de clima organizacional predominante e verificamos se, na empresa em estudo, se a cultura organizacional influencia o clima organizacional. Este tarefa será conseguido através de um estudo de caso com os funcionários da Cooperativa dos agricultores familiares de Poço Fundo.

2. CLIMA E CULTURA

A presente pesquisa foi feita com o objetivo de identificar de o clima pode influenciar na cultura organizacional de uma cooperativa de agricultores familiares de Poço fundo.

Organizações são compostas por grupos de pessoas que relacionam entre si para praticar alguma atividade que, de forma individual, não seria possível. E essas pessoas estão em contato não apenas de forma casual, e sim, com objetivos, na maioria das vezes, direcionados pelos propósitos de toda organização.

Depois que uma organização assume vida própria, independente de seus membros ou fundadores, ela se torna imortal, sendo que a institucionalização opera para produzir uma compreensão comum entre os membros da organização sobre o que é o comportamento apropriado. A partir dessa noção é que se compreende a cultura organizacional (ALCÂNTARA, 2011).

2.1 – CULTURA ORGANIZACIONAL

A cultura é um termo genérico utilizado para significar duas situações diferentes, de um lado o conjunto de costumes e realizações de uma época ou de um povo, e, de outro lado, as artes e a erudição e demais manifestações mais sofisticadas do intelecto e da sensibilidade humana, estas consideradas de forma coletiva. A cultura organizacional nada é diferente, já que, no estudo das organizações, a cultura equivale ao modo de vida da organização em todos os seus aspectos, como ideias, crenças, costumes, regras, técnicas, etc (TAGLIAPIETRA e BERTOLINI, 2007).

Nesse sentido, todos os seres humanos são dotados de cultura, já que fazem parte de algum sistema cultural. Em função disso, toda pessoa tende a ver e julgar as outras culturas a partir do ponto de vista da sua própria cultura, surgindo o relativismo, que são as crenças e atitudes que só podem ser compreendidas em relação ao seu contexto cultural (CHIAVENATO, 2010).

A cultura organizacional ou corporativa é o conjunto de hábitos e crenças, estabelecidos por normas, valores, atitudes e expectativas, estes são compartilhado por todos os membros da organização. A cultura se refere ao sistema de significados compartilhados por todos os membros e que distingue uma organização das demais (CHIAVENATO, 2010).

Define-se a cultura organizacional, também, como um padrão de assuntos básicos compartilhados que um grupo aprendeu como maneira de resolver seus problemas de adaptação externa e integração interna, e que funciona bem a ponto de ser considerado válido e desejável para ser transmitido aos novos membros como a maneira correta de perceber, pensar e sentir em relação aos seus problemas (CHIAVENATO, 2010).

Sendo assim a cultura organizacional é o conjunto de fenômenos resultantes da ação humana, visualizada dentro das fronteiras de um sistema, e é composta por três elementos, quais sejam, os preceitos, a tecnologia e o caráter (SOUZA, 1938). Ela é um sistema de valores compartilhados pelos seus membros, em todos os níveis, que diferencia uma organização das demais (MENDES, 2010). Quanto mais se entende sobre a cultura de uma empresa, maior é a chance de sobrevivência sua no mercado. A cultura organizacional pode ser reconhecida pelo lado negativo, por meio de experiências amargas no ambiente de trabalho, ou pelo lado positivo, decorrente de uma carreira profissional de sucesso proporcionada pelo espírito empreendedor da organização.

A cultura organizacional, então, pode ser vista como um sistema de valores compartilhados pelos seus membros, em todos os níveis, que diferencia uma organização das demais, tratando-se de um conjunto de características que a organização deve valorizar, compartilhar e utilizar para atingir seus objetivos.

Diz-se que a cultura organizacional foi o primeiro dos termos a surgir e se popularizar como resultante da combinação do conceito de cultura com outros oriundos do universo organizacional e de negócios. Com esse termo os teóricos da administração procuraram chamar a atenção para a importância da esfera simbólica do mundo organizacional, ou seja, como valores, crença e símbolos impactavam no comportamento das pessoas, no desempenho econômico e nos processos de mudança organizacional (BARBOSA, 2002).

O interesse por questões culturais dentro da administração não é recente, mesmo que tal tema só tenha crescido efetivamente nos últimos 20 anos. Desde a primeira metade do século XX, mesmo que timidamente, a literatura teórica da administração registra alguns autores que mencionaram a importância ou se preocuparam com a influência dos aspectos culturais na gestão dos recursos humanos e materiais (BARBOSA, 2002).

No início da década de 60 os consultores de desenvolvimento organizacional utilizavam o termo “cultura organizacional”. Contudo, antes do final desta década ele já tinha sido deixado de lado, em função de inadequações teóricas e metodológicas na análise do mundo organizacional. Esse termo ressurgiu, então, no início da década de 80, popularizando-se de imediato, e, é nesse período que se registra a sua consagração acadêmica no âmbito da administração, com a publicação de duas das maiores revistas americanas especializadas na área, dedicando dois números, quase que de forma simultânea, inteiramente ao assunto (BARBOSA, 2002).

A expressão “cultura organizacional” tem sido utilizada para justificar decisões judiciais, explicar a falência na fusão de empresas, o sucesso de outras, as razões para a mudança organizacional e choques culturais, entre outros aspectos. Em muitos casos, cultura organizacional torna-se um tipo de “caixa preta” na qual se coloca tudo aquilo que não se conhece e para o qual não se encontra uma explicação mais tangível e mensurável (BARBOSA, 2002).

Com relação aos elementos da cultura organizacional, entende-se por preceitos a autoridade e o conjunto de regulamentos e valores, explícitos ou implícitos, que regem a vida organizacional. Incluem-se a política administrativa, costumes sociais, estilos de

gerência, rituais, cerimônias, tabus, tradições, dogmas, sanções, padrões de conduta esperada entre outros (SOUZA, 1978).

Já a tecnologia é entendida como o conjunto de instrumentos e processos utilizados no trabalho organizacional, inclusive em suas relações com o ambiente externo. Incluem-se aí a maquinaria, equipamentos, divisão de tarefas, estrutura de funções, leiaute, racionalização de trabalho, recursos materiais, cronogramas, redes de comunicação, linguagem especializada, metodologia de serviços, etc. Pode ser definida, conforme Souza (1978), como um conjunto de variáveis objetivas da organização e que envolve a cultura material dos antropólogos.

Por caráter entende-se o conjunto das manifestações afetivo-volitivas espontâneas dos indivíduos que compõem a organização, incluindo alegria, depressão, agressividade, medo, tensão, malícia, jocosidade, entusiasmo, carinho, apatia, etc. É o conjunto das variáveis subjetivas da organização, a chamada dimensão ideográfica de Getzels e também comparável ao conceito de sintonalidade de Cattell (SOUZA, 1978).

Os elementos da cultura são interdependentes, ou seja, a tecnologia de um centro de processamento de dados, por exemplo, condiciona controles rigorosos e supressão de relaxamento. Porém, diz Souza (1978), a interdependência está mais marcante na relação entre preceitos e caráter, sendo que, sempre que uma se acentua a outra reage: exageros normativos despertam rebeldia, e liberalidade do caráter provocam reforço das restrições.

Nos últimos anos, conceitos como sociedade e economia do conhecimento e nova economia sinalizam para um deslocamento do eixo da riqueza e do desenvolvimento dos setores tradicionais intensivos em mão-de-obra e, matéria-prima e capital para setores cujos produtos e serviços são intensivos em tecnologia e conhecimento. Por trás disso, existe o reconhecimento de que os tradicionais fatores da produção como terra, capital e trabalho estão sendo, em parte, substituídos na sua tarefa de criar valor e riqueza pelos ativos intangíveis de uma organização (BARBOSA, 2002).

Citados ativos intangíveis podem ser definidos como fatores não físicos de geração de valor, frutos de inovação, estrutura organizacional única ou prática de recursos humanos. Esses ativos incluem marcas, patentes, sistemas de informação e administrativos, capital intelectual e cultura organizacional.

Com relação às características básicas da cultura organizacional que, em conjunto, capturam a essência da cultura de uma organização, Mendes (2010) cita:

Inovação e assunção de riscos; atenção aos detalhes; orientação para os resultados; orientação para as pessoas; orientação para as equipes; agressividade: o grau em que as pessoas são competitivas e agressivas em vez de dóceis e acomodadas e estabilidade.

Pautando-se nesse conjunto de características é possível afirmar que a cultura organizacional onde se está inserido é representada pela forma com que os colaboradores em geral percebem as características da cultura da empresa. É importante entender a cultura organizacional para aceitar melhor sua existência e compreender suas peculiaridades, como é criada, sustentada e aprendida, melhorando a capacidade de sobrevivência de uma empresa.

A cultura influencia o Clima e um não deve confundido com o outro. O clima organizacional é um fenômeno resultante da interação dos elementos da cultura

2.2. CLIMA ORGANIZACIONAL

O clima organizacional pode ser definido como os reflexos de um conjunto de valores, comportamentos e padrões formais e informais que existem em uma organização ela representa a forma como cada colaborador percebe a empresa e sua cultura, e como ele reage a isso. Assim, clima organizacional é a percepção coletiva que as pessoas têm da empresa. Essa percepção pode ser boa ou ruim de acordo com a interpretação pessoal que cada colaborador faz das políticas, normas e conduta da empresa frente às diversas questões, tanto referentes ao mercado em que ela atua, como com relação às pessoas e a sociedade (FARIA, 2013).

A pesquisa sobre o que é e como funciona o clima organizacional aumentou muito nos últimos anos entre os administradores brasileiros, já que a prática em outros países demonstrou, ao longo dos anos, que há uma relação direta entre o clima do ambiente de trabalho, a produtividade, a capacidade de inovação e o lucro. É uma decorrência do peso de cada um dos elementos culturais e seu efeito sobre os outros dois. Assim, a excessiva importância dada à tecnologia leva a um clima desumano; a pressão das normas cria tensão; a aceitação dos afetos, sem descuidar os preceitos e o trabalho, leva a climas de tranquilidade e confiança, etc. (SOUZA, 1978).

Como cada um dos três elementos da cultura organizacional é formado por diversos componentes, são inúmeras as combinações possíveis entre eles, criando-se climas de maior ou menor rigidez, realização ou emocionalidade. O clima

organizacional pode ser identificado pelo ambiente experimentado ou percebido pelos participantes da empresa e que influencia no seu comportamento, para mais ou menos à vontade, mais ou menos descontraído, etc.

Para Ribeiro (2006), conceitua-se como clima organizacional a ferramenta administrativa, integrante do sistema de qualidade, utilizada para medir e apurar o grau de satisfação dos colaboradores direitos da empresa perante determinadas variáveis. Pode ser utilizada e aplicada isoladamente ou de forma conjunta com as demais ferramentas do sistema de qualidade.

O clima organizacional tem-se tornado um conceito cada vez mais importante para descrever as percepções das pessoas em relação às organizações em que trabalham. O clima é um conceito abrangente por ser um modo de assumir numerosas percepções em um pequeno número de dimensões. Embora o conceito de clima tenda a ser usado para descrever organizações, o termo também pode ser usado para caracterizar as percepções das pessoas sobre os grupos ou equipes em que trabalham. Pode ser também usado para descrever sistemas sociais tais como famílias, clubes e relações entre dois indivíduos (SBRAGIA, 1983).

Ao lado da crescente importância e atenção dada ao clima organizacional nos últimos anos, onde contribuições a seu respeito têm sido identificadas tendo como foco diferentes tipos de organizações, muito pouco se produziu no campo das organizações engajadas nas atividades de Pesquisa e Desenvolvimento, ou seja, naquelas organizações que se dedicam fundamentalmente à inovação científica e tecnológica.

Nessas organizações, constituídas primordialmente por Universidades, Instituições de Pesquisa e centros Tecnológicos de empresas industriais, o fenômeno do clima tem-se constituído num aspecto dos mais relevantes, uma vez que, diferentemente do que acontece nas organizações de natureza mais tradicional (empresas comerciais, industriais e de serviços, órgãos e agências públicas, etc), naqueles tipos de organização o ser humano tem desempenhado um papel crítico, representando, em maior ou menor amplitude, a própria tecnologia da organização (SBRAGIA, 1983).

Diz-se ser o clima uma resultante das variáveis culturais. Quando estas são alteradas, ocasionam alterações no clima. Curiosamente, o clima é mais perceptível do que suas fontes causais. É comparável a um perfume: percebe-se o efeito, sem conhecer os ingredientes, embora, às vezes, seja possível identificar alguns deles (SOUZA, 1978).

Ponto importante que favorece a realização da pesquisa de clima organizacional é a questão da imagem da empresa. Os colaboradores são os primeiros clientes que a empresa precisa conquistar para que, depois, possa conquistar o mercado. De nada adianta, por exemplo, uma empresa fazer uma campanha publicitária milionária a respeito da sua responsabilidade social ou ambiental para os clientes externos, se seus clientes internos não estão satisfeitos com as condições de trabalho ou não sabem de nada que empresa realiza a respeito destas questões (FARIA, 2013).

O clima organizacional pode ser medido, também, conforme Faria (2013), por meio da percepção e alguns “sintomas”: quando o clima é bom, existe alegria no ambiente de trabalho, aplicação e surgimento de ideias novas, os funcionários se sentem confiáveis, engajados, e predominam atitudes positivas; já quando o clima é ruim, existe tensão, rivalidades, desinteresse, erros constantes, desobediência às ordens, falta de comunicação, alto índice de absenteísmo, greves, desperdício de materiais e *turnover* alto.

Clima e cultura não devem ser confundidos e cada uma tem uma definição e um influencia o outro e estes possuem diferentes relações.

2.3. DIFERENÇAS E RELAÇÕES ENTRE CULTURA E CLIMA ORGANIZACIONAIS

Afirma-se que o clima organizacional é, de certa forma, o reflexo da cultura da organização, ou melhor, o reflexo dos efeitos dessa cultura, na organização como um todo, já que, diz-se que o clima é resultante da cultura das organizações; de seus aspectos positivos e negativos, ou, conflitos. Portanto, o clima organizacional influencia e é influenciado pelo comportamento dos indivíduos na organização, no seu desempenho, motivação e satisfação no trabalho (CORRÊA, 2009).

Para outros, o clima mapeia o ambiente interno que varia segundo a motivação dos agentes, aprendendo suas reações imediatas, suas satisfações e suas insatisfações pessoais. Como mudanças na cultura organizacional são mais profundas, levam mais tempo para acontecer. Já o clima é mais fácil de ser percebido e, apresentando uma natureza mais transitória, pode ser administrado tanto à curto quanto à médio prazo (CORRÊA, 2009).

A compreensão da relação entre a cultura organizacional (mais ampla, de mais lenta transformação), e o clima organizacional (mais restrito, de fácil transformação) é essencial para a boa aplicação da ferramenta.

Diz-se que, entre clima e cultura há uma relação de causalidade. A cultura sendo a causa e o clima a consequência. Clima e cultura são fenômenos intangíveis, apesar de se manifestarem de forma concreta. Apesar disso, vê-se a cultura se manifestar por meio de arquiteturas, vestuários, comportamentos de colaboradores, de modo que irá se tangibilizar através do relacionamento da empresa com seus parceiros comerciais (ALCÂNTARA, 2011).

De qualquer forma, a utilização dos conceitos de clima e cultura organizacionais como sinônimos é um equívoco cometido com certa frequência nas empresas. A cultura organizacional se refere à estrutura profunda da organização, com fundamento em valores, crenças e suposições dos membros da empresa. Os significados são estabelecidos por meio de socialização de uma gama de variedades de identidades de grupos que trabalham no mesmo local. A interação reproduz um mundo simbólico que faz da cultura, ao mesmo tempo, estabilidade e base frágil, por causa da dependência do sistema de ações e cognições individuais. Cultura faz referência ao contexto desenvolvido, fundada na história e acreditada de forma coletiva, suficientemente complexa para resistir às várias tentativas de manipulação direta (AZEVEDO, 2007).

O clima retrata o ambiente organizacional como sendo fundamentado no sistema de valores da organização, porém, com tendência a demonstrar tal ambiente social em termos estáticos, como um conjunto de dimensões fixas. Assim, o clima pode ser considerado temporário de forma relativa, sujeito ao controle direto e limitado pelos aspectos do ambiente social que são conscientemente percebidos pelos profissionais da empresa. O clima faz referência a situações e conexões com pensamentos, sentimentos e comportamento organizacional, sendo temporário, subjetivo e sujeito à manipulação por pessoas poderosas e influentes (AZEVEDO, 2007).

Faz-se comparação interessante entre cultura e clima quando se define a cultura, de duas formas: o que a empresa é, por meio de abordagem exploratória e descritiva, descrevendo detalhadamente a profunda estrutura da organização, e o que a empresa tem, fundado em sistemas compartilhados de significados, concepções e valores. O conceito de cultura do que a empresa tem, possui várias similaridades com o conceito de clima organizacional. O clima é conceituado como as percepções compartilhadas de como as coisas são realizadas, ou, mais objetivamente, percepções compartilhadas de

políticas, práticas e procedimentos organizacionais, formais e informais. O clima indica, como conceito primordial, os objetivos da organização e os meios apropriados para o seu alcance (AZEVEDO, 2007).

2.4. ESTUDO DE CASO

A COOPFAM, Cooperativa dos Agricultores Familiares de Poço Fundo e região foi criada no ano de 2003 a fim de garantir a comercialização dos produtos dos agricultores familiares filiados a ela. Anteriormente a isso a os agricultores estavam organizados em uma Associação. Sua missão é “Promover o desenvolvimento social e econômico da família cooperada, na produção e comercialização de produtos com qualidade, realizando ações de preservação ambiental e interação com sociedade.” Sua visão é “Ser referência nacional e internacional como organização social, produção, oferta de produtos e serviços diferenciados.”

Localizada na cidade de Poço Fundo no sul do estado de Minas Gerais, a COOPFAM atualmente possui 412 cooperados. Sua principal atividade é o comércio de café “in natura” e torrado, seu produto possui certificação orgânica e Fair Trade. Para manter a estrutura da Cooperativa funcionando hoje ela conta com 21 pessoas trabalhando em seu quadro de funcionários.

Procurei analisar as seguintes relações dentro da empresa: Relação com a empresa, que reflete como os funcionários se relacionam com a empresa. Estrutura Organizacional, que reflete como a estrutura organizacional da empresa é refletida no clima profissional. Ambiente de Trabalho, que reflete como o ambiente na empresa afeta os funcionários. Fatores externos que indica como fatores alheios a empresa, como as relações familiares, podem afetar os trabalhos na empresa.

Os fatores internos de influência são os que se originam dentro da própria empresa, sendo que essa pode atuar diretamente sobre esses fatores para tentar melhorá-los e produzir melhores resultados para a empresa, os clientes e os funcionários. São os fatores semelhantes aos que foram abordados nos modelos apresentados anteriormente.

Os fatores externos de influência são os que têm origem fora do âmbito da empresa, mas que exercem influência direta no comportamento, ações e decisões dos

funcionários dentro da empresa, por isso não podem ser desprezados. Se a empresa não puder atuar diretamente sobre eles, pode tentar atuar sobre seus efeitos nos funcionários. Esses fatores sempre existiram, porém, sua influência atualmente é muito maior que no passado.

Segundo Jesuíno (2002) pesquisas indicam que pessoas com baixos índices de motivação, utilizam somente 8% de sua capacidade de produção. Por outro lado, em setores/áreas/empresas onde encontramos pessoas motivadas este mesmo índice podem chegar a 60%. A experiência tem mostrado que os funcionários insatisfeitos estão mais dispostos a se manifestar de todas as formas possíveis que os funcionários que se encontram satisfeitos com suas atividades. Ficou claro que o índice de satisfação é alto, a maioria dos funcionários estão satisfeitos com a sua posição na empresa e sentem-se orgulhosos de trabalhar na empresa.

A análise do ambiente de trabalho mostra que a maioria dos funcionários sentem-se à vontade com o local de trabalho. Com base nesta variável procura-se conhecer a percepção e a atitude das pessoas em relação ao trabalho, ao horário, à distribuição, à suficiência de pessoal. Constatei então que os funcionários estão à vontade com o clima organizacional da empresa em questão.

Os funcionários estão integrados e possuem um alto grau de cooperação entre as pessoas e os diversos departamentos da empresa. Outro ponto importante para o clima da empresa e a satisfação com a remuneração recebida não é evidente a existência de eventuais distorções entre os salários internos e eventuais descontentamentos em relação aos salários pagos por outras empresas. Sentem-se ainda à vontade com as qualidades das condições físicas de trabalho, as condições de conforto, instalações em geral, riscos de acidentes de trabalho e doenças profissionais.

Outro ponto que merece destaque no clima da empresa é o grau de satisfação das pessoas com a sua chefia imediata, analisando a gestão em termos de competência, feedback, organização, relacionamento, todos os funcionários estão satisfeitos com a organização hierárquica e chefia da empresa.

Quanto a relação com a empresa avaliou-se as oportunidades de treinamento e as possibilidades de promoções e carreira que a empresa oferece, todos mostraram-se satisfeitos com as oportunidades de treinamentos. A cultura da COOPFAM baseia-se

principalmente na cooperação entre todos, isso possibilita que a empresa ofereça cursos e treinamentos frequentemente aos funcionários. Os funcionários ainda sentem um grande grau de satisfação com relação aos diferentes benefícios oferecidos pela empresa.

A empresa em questão ainda estimula o trabalho em equipe e a gerencia é receptiva a participação na gestão da empresa, sendo aberta a sugestões. Pettigrew (1979), afirma que os símbolos, a linguagem, a ideologia, as crenças, os ritos e os mitos constituem os elementos expressivos da cultura organizacional. A cultura da COOPFAM estimula relações positivas no clima da empresa. O clima assume papel de destaque entre as manifestações culturais.

Segundo Alvesson (1993), a cultura compreende uma forma de pensar a realidade social que não tem correspondência direta com nenhum objeto empírico determinado. A cultura organizacional envolve as experiências, significados, valores e compreensões associados ao meio ambiente, que são aprendidos e compartilhados, e que se expressam, se reproduzem e são comunicados, pelo menos parcialmente, de forma simbólica. O clima organizacional é geralmente identificado como a atmosfera psicológica, social e humana que caracteriza a forma como as pessoas se relacionam entre si dentro da organização.

Na COOPFAM a cultura aparentemente influencia de maneira positiva o clima. Pela cultura e o clima da empresa conclui-se que a COOPFAM está no segundo estágio da cultura, a fase de expansão e formalização que se caracteriza pela formação de estrutura cada vez mais funcional, responsável pelo desenvolvimento em áreas como vendas, produtos, números de funcionários, sistemas e políticas organizacionais. Encaminhando-se para o estágio da maturidade.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os achados presentes permitem as seguintes conclusões: A cultura influencia da empresa analisada influencia fortemente o clima. Em geral há um clima muito positivo entre os funcionários isso ficou evidente nas observações pois aparentemente todos têm orgulho de trabalhar na empresa. Esta ideia de orgulho é uma das características que fortalece o clima e o bom andamento dos trabalhos.

Embora uma organização revele um clima geral característico observam-se coerência na percepção desse clima, em unidades de serviço e níveis hierárquicos. Como em toda a empresa, na COOPFAM há níveis hierárquicos e diferentes de muitas empresas, há uma satisfação e respeito com esta hierarquia. Os funcionários mais recentes também estão alinhados com esta percepção

A equipe de funcionários é relativamente nova, no entanto há um entrosamento evidente entre estes. Isso se deve principalmente devido a organização atrair e selecionar pessoas com motivação afinada à sua cultura. Dessa forma, se reforçam os padrões culturais e se generalizam as percepções de cima.

A empresa analisada possui clima fortemente influenciado por sua cultura organizacional e isto é visto de maneira positiva. É evidente que a cultura da empresa influencia o clima entre os funcionários, contatei isso através da pesquisa e de conversas com os funcionários. Há um clima muito evidente de cooperação entre os setores o que beneficia muito os trabalhos em equipe.

Por fim ficou evidente que a COOPFAM encontra-se em um estágio da cultura organizacional de expansão e fixação dos aspectos culturais. Apesar de ser uma empresa que atua desde 2003 foi somente nos últimos anos que ela se solidificou e assim os aspectos culturais se tornaram mais evidentes. No atual estágio a empresa tem aspectos culturais fortes e definidos que influenciam positivamente o clima.

ORGANIZATIONAL CULTURE AND CLIMATE: How culture and climate influence in interpersonal relationships in job

ABSTRACT

This paper examines the climate and organizational culture organizational climate in the COOPFAM of concepts and culture contribute satisfactorily to understand the stage in which the organization is located.

This work was done through a case study with COOPFAM officials to identify the climate and its possible influence on the organizational culture of the company. The

results indicated that the perceptions of members of the unit are committed to their work in the company, and that culture positively influences the organizational climate in COOFAM

Palavras-chave: COOPFAM, organizational climate. Organizational culture

REFERÊNCIAS

ALCÂNTARA, Leandro T. Cultura e clima organizacional. **Faculdade de Educação de Costa Rica**, Mato Grosso do Sul, 2011. Disponível em: <www.fecra.edu.br>. Acesso em: 10 out. 2015.

Alvesson, M. **Cultural perspectives on organizations**. Cambridge: Cambridge University Press. 1993

AZEVEDO, Maria Cândida Baumer. Cultura e clima organizacional: seriam mesmo sinônimos? **People and results**, São Paulo, 2007. Disponível em: <peopleandresults.com.br/cultura-e-clima-organizacional>. Acesso em: 04 out. 2015.

BARBOSA, Lívia. **Cultura e empresas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

CARLOS ALBERTO FERREIRA BISPO Um novo modelo de pesquisa de clima organizacional *Produção*, v. 16, n. 2, p. 258-273, Maio/Ago. 2006

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

CORRÊA, Kenneth. Relação entre clima e cultura organizacional. **Administração e Gestão**, Mato Grosso do Sul, dez. 2009. Disponível em: <www.administracaoegestao.com.br>. Acesso em: 05 out. 2015.

DUARTE, Vânia Maria do Nascimento. Pesquisas: exploratória, descritiva e explicativa. **Brasil Escola**, Brasília/DF, abr. 2010. Disponível em: <monografias.brasilecola.com/regras/pesquisas>. Acesso em: 03 out. 2015.

FARIA, Caroline. Clima organizacional. **Infoescola**, São Paulo, jan. 2013. Disponível em: <www.infoescola.com/administracao>. Acesso em: 05 out. 2015.

JESUÍNO, Wainy I. Ex. **MOTIVAÇÃO: O MOTIVO QUE PRECISAMOS PARA AGIR O significado da motivação**. 2002

KANAANE, Roberto. **Comportamento humano das organizações**. São Paulo: Atlas, 1999.

MENDES, Jerônimo. O que é cultura organizacional? **Administradores**, São Paulo, jul. 2010. Disponível em: <www.administradores.com.br/artigos>. Acesso em: 02 nov. 2015.

PETTIGREW, A. M. On Studying Organizational Cultures. **Administrative Science Quarterly**, 2(4), 570-581. 1979

RIBEIRO, Antônio Carlos Evangelista. O que é clima organizacional. **Portal Brasil**, São Paulo, 2006. Disponível em: <www.portalbrasil.net/administracao>. Acesso em 05 nov. 2015.

SBRAGIA, Roberto. Um estudo empírico sobre o clima organizacional em instituições de pesquisa. **Revista de Administração**. São Paulo, abr./jun. 1983.

SOUZA, Edela Lanzer Pereira de. **Clima e cultura organizacionais**: como se manifestam e como se manejam. São Paulo: Edgar Blücher. 1978.

TAGLIAPIETRA, Odacir Miguel; BERTOLINI, Geysler Rogis Flor. Cultura nacional e cultura organizacional. **Ciências Sociais em Perspectiva**, v. 6, n. 10, 2007.

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Título da Pesquisa: CULTURA E CLIMA ORGANIZACIONAL: Como a cultura e o clima influenciam nas relações interpessoais entre os funcionários

Nome do Pesquisador Principal: Edivania de Fátima Fernandes

Nome do Orientador (a): Leticia Veiga Vasques

1. **Natureza da pesquisa:** *o sra (sr.) está sendo convidada (o) a participar desta pesquisa que tem como finalidade levantar o clima e a cultura desta empresa e a maneira como eles se relacionam*
2. **Participantes da pesquisa:** O publico alvo da pesquisa são os 21 funcionários desta empresa
3. **Envolvimento na pesquisa:** *ao participar deste estudo a sra (sr) permitirá que o (a) pesquisador (a) entreviste os funcionários em seu horário de trabalho e dentro das dependências da empresa durante a primeira quinzena de março. Os funcionários tem liberdade de se recusar a participar e ainda se recusar a continuar participando em qualquer fase da pesquisa, sem qualquer prejuízo para eles, ou para empresa. Sempre que quiser poderá pedir mais informações sobre a pesquisa através do telefone do (a) pesquisador (a) do projeto e, se necessário através do telefone da unidade de Ensino - UNIS-MG- 35 3219 5000.*
4. **Sobre as entrevistas:** As entrevistas são compostas por questionários estruturados e os funcionários serão abordados apenas uma vez para responder o questionários.
5. **Riscos e desconforto:** *a participação nesta pesquisa não traz complicações legais. Os procedimentos adotados nesta pesquisa obedecem aos Critérios da Ética em Pesquisa com Seres Humanos conforme Resolução no. 196/96 do Conselho Nacional de Saúde. Nenhum dos procedimentos usados oferece riscos à sua dignidade. Os dados colhidos são confidenciais e os entrevistados não serão identificados*
6. **Confidencialidade:** *todas as informações coletadas neste estudo são estritamente confidenciais. Somente o (a) pesquisador (a) e o (a) orientador (a) terão conhecimento dos dados.*
7. **Benefícios:** *ao participar desta pesquisa a sra (sr.) não terá nenhum benefício direto. Entretanto, esperamos que este estudo traga informações importantes sobre a cultura e o clima da empresa, de forma que o conhecimento que será construído a partir desta*

pesquisa possa nortear as maneiras como estes influenciam a dinâmica entre os funcionários, onde pesquisador se compromete a divulgar os resultados obtidos.

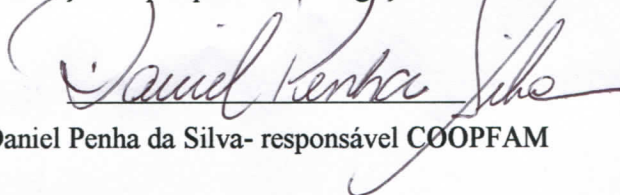
8. **Pagamento:** a sra (sr.) não terá nenhum tipo de despesa para participar desta pesquisa, bem como nada será pago por sua participação.

Após estes esclarecimentos, solicitamos o seu consentimento de forma livre para participar desta pesquisa. Portanto preencha, por favor, os itens que se seguem.

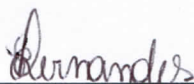
Obs: Não assine esse termo se ainda tiver dúvida a respeito.

Consentimento Livre e Esclarecido

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar da pesquisa. Declaro que recebi cópia deste termo de consentimento, e autorizo a realização da pesquisa e a divulgação dos dados obtidos neste estudo.



Daniel Penha da Silva- responsável COOPFAM



Edivania de Fátima Fernandes- Pesquisadora

Poço Fundo 01/03/2016

Pesquisador Principal : Edivania de Fátima Fernandes- 35 999311531

MBA em Gestão Estratégica de Pessoas- UNIS-MG- Unidade Pouso Alegre
