

A PERCEPÇÃO DO CLIMA ORGANIZACIONAL POR COLABORADORES DOS PONTOS DE ATENDIMENTO DO SICOOB MAXICRÉDITO DO VALE DO PARANHANA/RS

Ana Luiza Rossi Gasperim¹

Ana Paula Maggioni²

RESUMO

As cooperativas de crédito são essenciais para o desenvolvimento econômico e social do local onde estão inseridas. Para que seu funcionamento seja exitoso, faz-se necessário satisfazer as necessidades dos envolvidos, com destaque para o capital humano da organização: seus colaboradores. Assim, este artigo tem por objetivo apresentar um estudo sobre o clima organizacional nos pontos de atendimento do SICOOB MaxiCrédito do Vale do Paranhana/RS. Para tanto, a metodologia utilizada foi uma pesquisa aplicada, de caráter exploratório, procedimento bibliográfico, e um estudo de caso único, com abordagem quantitativa. Os dados foram coletados por meio de um questionário enviado a todos os colaboradores das agências delimitadas. Os resultados mostram que os colaboradores têm uma percepção muito positiva do seu trabalho, apresentando alto nível de satisfação nas diversas variáveis analisadas. Entende-se que a cooperativa busca promover um bom ambiente de trabalho para seus funcionários.

Palavras-chave: Cooperativa. Clima Organizacional. Capital Humano. Satisfação.

ABSTRACT

Credit cooperatives, formed by people, are essential for the economic and social development of the place where they are inserted. For its operation to be successful, it is necessary to satisfy the needs of those involved, with emphasis on the human capital of the organization, its employees. Thus, this article aims to present a study on the organizational climate at SICOOB MaxiCrédito service points in Vale do Paranhana/RS. For that, the methodology used was an applied research, of exploratory character, bibliographic procedure, and a single case study, with a quantitative approach. Data were collected through a questionnaire sent to all employees of the delimited agencies. The results show that employees have a very positive perception of their work, presenting a high level of satisfaction in the multiple variables analyzed. It is understood that the cooperative seeks to promote a good working environment for its employees.

Keywords: Cooperative. Organizational Climate. Human capital. Satisfaction.

¹ Acadêmica do curso de Administração das Faculdades Integradas de Taquara – Faccat/RS. *E-mail:* analuiza_rossi@sou.faccat.br.

² Professora orientadora das Faculdades Integradas de Taquara – Faccat/RS. *E-mail:* anamaggioni@faccat.br.

INTRODUÇÃO

O cooperativismo tem papel fundamental no desenvolvimento dos negócios, dos locais onde estão inseridos e das pessoas. O fundamento de uma cooperativa é reunir pessoas, e não capital. As cooperativas de crédito vêm ocupando um espaço significativo dentro do sistema financeiro, mostrando-se, inclusive, como boa alternativa em relação aos bancos comerciais. Os associados, além dos produtos e serviços, contam com um atendimento mais humanizado e têm participação nos resultados.

O SICOOB (Sistema de Cooperativas de Crédito do Brasil) é o maior sistema financeiro cooperativo do país. Das singulares que o compõem, o Sicoob MaxiCrédito, instituição financeira cooperativa, foi fundada em Chapecó, no ano de 1984 (SICOOB, 2022). Atualmente, está presente nos estados de Santa Catarina e do Rio Grande do Sul. A atuação do Sicoob Maxicrédito neste estado é recente, e foi oficializada no dia primeiro de novembro de 2020, através da incorporação do Sicoob Ecocredi. A cooperativa demonstra muito cuidado com as pessoas, almejando um negócio mais humano e com maior proximidade nas relações.

Nesse contexto, insere-se esta pesquisa, que tem por finalidade identificar questões relacionadas à compreensão dos colaboradores sobre seu ambiente de trabalho. A problematização definida é: Qual a percepção do clima organizacional por colaboradores dos pontos de atendimento do SICOOB MaxiCrédito do Vale do Paranhana/RS?

Além disso, este estudo tem como objetivo geral apresentar um estudo sobre o clima organizacional nestes pontos de atendimento, identificando, inclusive, o grau de satisfação dos colaboradores a partir da pesquisa, bem como compreender a importância do capital humano para o sucesso de uma instituição e verificar de que forma o clima organizacional interfere na produtividade da cooperativa.

Para isso, o presente artigo está estruturado de forma a facilitar o entendimento dos seus leitores, compreendendo a presente introdução; uma revisão teórica, na qual são abordados conceitos de cooperativa; a contextualização do SICOOB MaxiCrédito, do capital humano e do clima organizacional. Na seção seguinte, tem-se a metodologia e a descrição do estudo.

Por último, analisam-se os resultados obtidos e apresentam-se as considerações finais.

2 COOPERATIVA E SICCOOB

De acordo com a Aliança Cooperativa Internacional (ACI), entidade máxima do movimento cooperativo global: “Cooperativa é uma associação autônoma de pessoas, unidas voluntariamente, para atender às suas necessidades e aspirações econômicas, sociais e culturais comuns, através de uma empresa coletiva e democraticamente controlada” (Congresso Centenário da ACI. Manchester - Inglaterra, set. 1995).

Nota-se, através da definição proposta, uma preocupação com valores e ideais humanitários. Na cooperativa, o ser humano é o centro das atenções; o capital é mero instrumento para a construção das soluções. Essa é a grande distinção em relação a iniciativas de caráter privado. Segundo Meinen (2014), o cooperativismo é o único movimento socioeconômico do mundo que se desenvolve sob uma mesma orientação doutrinária, permanecendo desde seu surgimento, na primeira metade do século XIX, com os pioneiros de Rochdale, na Inglaterra.

A manifestação do cooperativismo pode assumir inúmeras formas de operar. Ainda de acordo com Meinen (2014), essa reciprocidade, em que todas as partes envolvidas saem beneficiadas, envolvem atividades de produção, comercialização de bens e também prestação de serviços nas mais variadas áreas profissionais; incluindo o setor financeiro. Neste, estão inseridas as instituições financeiras cooperativas.

De acordo com o Banco Central do Brasil (BCB, 2022), a associação de pessoas para prestação de serviços financeiros caracteriza uma cooperativa de crédito. Nestas instituições financeiras, os associados são, ao mesmo tempo, donos e usuários, envolvendo-se ativamente na gestão do negócio, usufruindo de produtos e serviços financeiros e participando dos resultados.

O SICCOOB (Sistema de Cooperativas de Crédito do Brasil) é o maior sistema financeiro cooperativo do país (SICCOOB, 2022), composto por cooperativas financeiras e empresas de apoio; organizado em três níveis operacionais, que contemplam as cooperativas singulares – entidades com atuação local, que

prestam atendimento direto aos cooperados, as centrais – entidades regionais que promovem a integração sistêmica das singulares filiadas, coordenando e lhes oferecendo apoio, e o CCS (Centro Cooperativo Sicoob).

O Sicoob tem números expressivos. São 2.070 municípios atendidos, 352 cooperativas singulares, 6 milhões de cooperados e 3.836 pontos de atendimentos espalhados no Brasil. Seu propósito é “conectar pessoas para promover justiça financeira e prosperidade” (SICOOB, 2022).

A região do Vale do Paranhana, representada na figura abaixo, é atendida, principalmente, pela instituição financeira cooperativa Sicoob MaxiCrédito. Fundada em Chapecó, no ano de 1984, por líderes cooperativistas e agricultores associados da Cooperativa Agroindustrial Alfa - Cooperalfa (SICOOB, 2022). Atualmente esta singular está presente nos estados de Santa Catarina e do Rio Grande do Sul.

Figura 1. Mapa da região do Paranhana/RS



Fonte: CRIPPA, Daniela (2015, p. 17).

3 CAPITAL HUMANO

As pessoas são a maior riqueza de uma organização, são o seu capital humano. Há algum tempo era comum observar a estrutura física de uma empresa, aliado aos números de sua contabilidade, para se determinar sua relevância. Com o passar dos anos, o cliente passou a ser o maior patrimônio da organização. E de

fato o é, pois sem clientes não há razão de existir para uma empresa. Mas, segundo Chiavenato (2021), é interessante perceber que as organizações mais bem sucedidas deixaram de investir diretamente no consumidor final, e passaram a olhar com mais atenção para as pessoas que o atendem, o que, conseqüentemente, resulta em clientes mais satisfeitos e sucesso para a organização.

Cada vez mais se consolida, em nível mundial, a ideia de que um novo modelo econômico está se estabelecendo, no qual a capacidade de gerar riqueza e valor às partes interessadas está mais associada às características intangíveis da organização (posicionamento, propósito da marca, competências dos profissionais, os clientes, ...) do que os ativos tradicionais, o famoso lucro. Segundo Tranjan (2021), o lucro é apenas o resultado de uma equipe engajada e de um cliente satisfeito.

Segundo Mayo (2003), “o modo pelo qual provemos valor às pessoas irá condicionar sua motivação, seu comprometimento e sua lealdade – e, conseqüentemente, a contribuição desses funcionários na adição de valor a outros interessados”. As empresas costumam pensar que, para reter pessoas, basta apenas o valor financeiro. Entretanto, a maioria pretende, através de seu emprego, algo bem mais abrangente; como: trabalhos instigantes e desafiadores, autoestima, reconhecimento por parte de seus superiores e colegas, oportunidades de crescimento pessoal e profissional, ambiente convidativo e prazeroso, entre outros.

A eficácia da organização depende das competências individuais daqueles que a compõem; as pessoas emprestam seu capital humano para uma organização porque esperam receber algum valor, sob diferentes formas, como retorno. Elas se tornam ambas as coisas, um ativo - capaz de gerar valor para outros - e um interessado. Pessoas não podem ser consideradas meros recursos a serem explorados, elas são elementos geradores de valor (FRIEDMAN; HATCH; WALKER, 2000).

4 CLIMA ORGANIZACIONAL

As definições de clima organizacional são bem variadas; de acordo com Luz (2003, p. 12): “Clima organizacional é o reflexo do estado de ânimo ou do grau de satisfação dos funcionários de uma empresa, num dado momento.” Ainda, segundo

Luz (2003, p. 13): “Clima organizacional é a atmosfera psicológica que envolve, num dado momento, a relação entre a empresa e seus funcionários”. Estudar esse assunto torna-se necessário para compreender se a empresa e suas respectivas práticas organizacionais favorecem, ou não, o interesse e rendimento das pessoas.

Ainda que, com diferentes conceituações, algumas palavras estão sempre presentes, sendo possível destacar: a satisfação dos funcionários, suas percepções e a cultura da organização. De acordo com Schein (2022), o clima, por vezes, é considerado um artefato da cultura. Segundo o autor, a cultura organizacional pode ser definida como uma aprendizagem acumulada e compartilhada; ela direciona os envolvidos quanto à maneira de perceber, pensar, sentir e comportar-se. Complementando ainda, para Luz (2003), a cultura organizacional pode ser compreendida como conjunto dos quesitos físicos e psicológicos de uma organização, os quais definem sua identidade. Ela representa o composto de crenças, valores, estilos de trabalho e relacionamentos; reunindo todos esses aspectos, molda-se o modo de ser da empresa.

Dewes (2007) faz menção à importância do clima organizacional e sua respectiva gestão; destacando que, atentos às opiniões e sentimentos dos seus colaboradores, os líderes acabam favorecendo atitudes positivas, impactando para o sucesso da organização. Uma boa gestão do clima organizacional pode proporcionar a melhoria da qualidade de vida no trabalho, aumento da motivação e do comprometimento dos colaboradores com os resultados das organizações a que pertencem. “Quando o clima organizacional é sadio, as pessoas sentem um desejo real de ajudar a empresa a atravessar momentos desafiadores e orgulho por defender a marca, os colegas e suas lideranças” (GPTW, 2022).

O clima organizacional não é algo que pode ser imposto ou implantado em uma organização. E também não é algo fixo, vai se modificando com o passar do tempo (TACHIZAWA; FERREIRA; FORTUNA, 2004). Por isso deve ser observado constantemente; ao investir nele, obtém-se lucro na produção, engajamento, criatividade, novas ideias, desenvolvimento das habilidades, motivação, entre outros. Assim são evitados diversos problemas enfrentados pelas organizações cujos ambientes de trabalho não sejam satisfatórios, como, por exemplo, retrabalhos, conflitos internos, absenteísmo e alta rotatividade.

Existem diversas variáveis que afetam o clima organizacional, de acordo com Luz (2003), pode-se destacar:

- * Trabalho realizado: trata-se da adaptação dos colaboradores e os trabalhos por ele realizados, o volume de trabalho, horários, distribuição das obrigações, etc. Dewes (2007) destaca a relevância do grau de envolvimento concentrado no trabalho e a importância disso no contexto pessoal como um todo.
- * Salário: para Chiavenato (2005), esta é umas das principais variáveis a ser observada, pois sua importância tem grande relevância sobre o grau de satisfação dos empregados, uma vez que representa a principal forma de recompensa organizacional.
- * Benefícios: podem ser concedidos através de vale alimentação, subsídios com transporte, planos de saúde, etc.
- * Liderança: refere-se à satisfação dos funcionários com relação aos seus gestores. Robbins (2005) salienta que a liderança tem papel essencial para a compreensão do comportamento do seu grupo, pois é o líder que, na maioria das vezes, indica as direções para o alcance dos objetivos.
- * Comunicação: Robbins (2005) diz que existe relação direta entre comunicação e satisfação do trabalhador; e, quanto menor a incerteza, maior a satisfação. Precisa haver transferência de significado.
- * Treinamento: segundo Luz (2003), trata-se das oportunidades ofertadas para qualificação, atualização e desenvolvimento profissional dos colaboradores da empresa.
- * Progresso profissional: oportunidades de promoção e crescimento na carreira, possibilidades de realização de trabalhos desafiadores e importantes. De acordo com Robbins (2005), além do status, ocupação de determinados cargos e remuneração, o sucesso na carreira pode abranger também o crescimento através da otimização das competências e habilidades.
- * Relacionamento interpessoal: um local de convivência amistosa e positiva gera um ambiente de colaboração produtiva, permitindo o progresso e o

sucesso das pessoas e da organização. Dewes (2007) diz que nesta variável estão compreendidas as percepções de um ambiente de aceitação, franqueza e respeito.

- * Condições físicas do ambiente: Segundo o autor Chiavenato (2005), um ambiente de trabalho saudável deve envolver condições físicas que ajam positivamente no comportamento humano; tais como iluminação, temperatura, limpeza, disponibilização de instalações e equipamentos adequados.
- * Fatores motivacionais: a motivação é um dos assuntos mais pesquisados no comportamento organizacional. Segundo Robbins (2005), motivação está relacionada ao esforço para se atingir qualquer objetivo, ligando intensidade, direção e persistência.

5 METODOLOGIA DA PESQUISA

O estudo foi realizado com o intuito de perceber o clima organizacional, através do retorno dos colaboradores atuantes nos pontos de atendimento do SICOOB MaxiCrédito localizados no Vale do Paranhana, RS.

5.1 Caracterização da empresa

O SICOOB está organizado em três níveis operacionais, que vinculam cooperativas singulares, centrais e o CCS (Centro Cooperativo Sicoob) (SICOOB, 2022). Entende-se por singular, de acordo com o site oficial da cooperativa, “as entidades que prestam atendimento direto aos cooperados. Elas têm atuação local [...]”. Das singulares que compõem o sistema, o Sicoob MaxiCrédito, foi o objeto de pesquisa definido para este estudo.

Para esta pesquisa foram delimitados os pontos de atendimentos operantes na região do Vale do Paranhana, no estado do Rio Grande do Sul, região composta pelos municípios de Taquara, Igrejinha, Três Coroas, Parobé, Riozinho e Rolante. Ressalta-se que, atualmente, Riozinho, não possui agência física instalada. A

cidade está no plano de expansão da cooperativa, com propostas para instalação de agência no próximo ano, em 2023.

Estas cinco agências, universo desta pesquisa, compreendem um total de cinquenta e dois colaboradores. Sendo que o PA (Ponto de Atendimento) de Taquara conta com nove colaboradores, Igrejinha com treze colaboradores, Três Coroas com dezesseis colaboradores, Parobé com sete colaboradores e Rolante com sete colaboradores.

5.2 Procedimentos de pesquisa

Trata-se de um estudo de caso único; definido dessa forma quando, segundo Gil (2019), refere-se a uma organização, um fenômeno, um grupo, entre outros. Possui caráter exploratório. É também uma pesquisa bibliográfica, uma vez desenvolvida, tendo como base material já existente, como livros e artigos citados.

Constitui-se, ainda, de uma pesquisa de natureza quantitativa. A abordagem quantitativa busca maior precisão, evitando distorções na análise e na interpretação dos dados. Significa traduzir em números as opiniões e informações, para classificá-las e analisá-las.

Para a descrição das variáveis analisadas, definiu-se como instrumento de pesquisa um questionário, com perguntas fechadas, elaborado através de um formulário no aplicativo Google Forms e enviado aos colaboradores nos seus e-mails corporativos. Foram enviados questionários a todo o universo (todos os colaboradores dos pontos de atendimento da cooperativa em análise), compreendendo cinquenta e duas pessoas. O período estipulado para a pesquisa foi o mês de julho do ano de 2022.

O questionário foi uma adaptação dos modelos apresentados pelos autores Fernando Dewes (2007) e Ricardo Luz (2003). Esse instrumento aplicado aos colaboradores, contou ao todo, com trinta e três questões, divididas em dois blocos: Bloco I - Caracterização e Bloco II - Variáveis interferentes do clima organizacional. O primeiro bloco, composto por três questões fechadas e o segundo, por mais trinta questões, estas com opções de respostas pré definidas, na escala Likert.

Os entrevistados assinaram o TCLE (Termo de Consentimento Livre e Esclarecido) para que ficassem cientes do uso feito com as informações por eles

prestadas. Os respondentes não foram identificados, a fim de manter sigilo de suas respostas.

A análise dos dados coletados deu-se pelo confronto do referencial bibliográfico e da interpretação dos dados coletados pelo método quantitativo. Para análise dos dados da pesquisa, foi utilizada a estatística descritiva. Considerando o formato da escala, foi determinado o grau de concordância dos respondentes para cada afirmação proposta.

6 A PERCEPÇÃO DO CLIMA ORGANIZACIONAL PELOS COLABORADORES

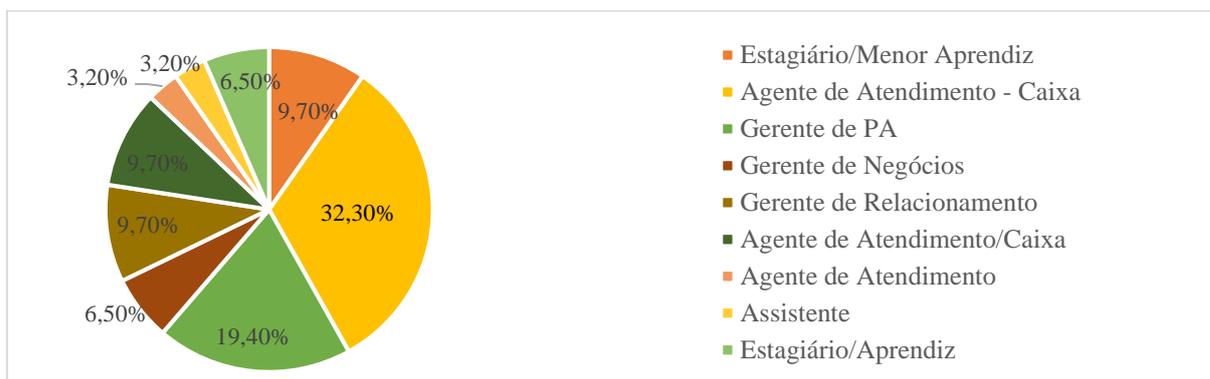
Dentre o universo de cinquenta e duas pessoas, a amostra obtida foi de trinta e um colaboradores. Do total de questionários enviados, obteve-se um retorno de 59,62%. A análise dos dados é apresentada em dois blocos, para melhor visualização dos resultados do trabalho.

6.1 Bloco I - Caracterização

Este primeiro bloco tratou do levantamento de dados referentes ao cargo ocupado na cooperativa; tempo de trabalho no SICCOB MaxiCrédito, e a experiência, ou não, em outra instituição financeira.

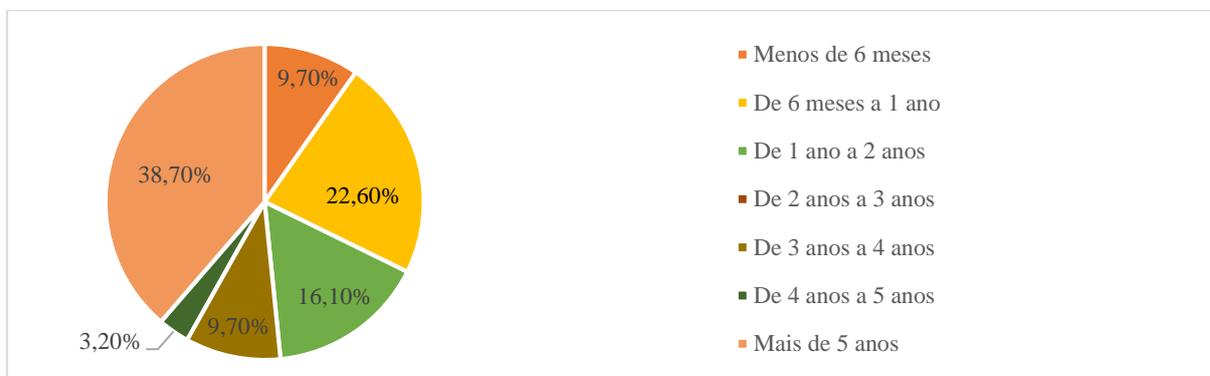
Optou-se por restringir o número de questionamentos neste bloco de dados pessoais; primeiro, pelo fato de não apresentarem grande relevância para o objetivo geral da pesquisa, e também para que o colaborador não se sentisse desconfortável no real preenchimento das respostas, devido a uma possível identificação do respondente. Mesmo sem identificação do e-mail no questionário enviado, ao selecionar cargo e agência, por exemplo, evidenciaria mais detalhes ao pesquisador.

Gráficos 1 – Cargo



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Gráficos 2 –Tempo de Trabalho



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

6.1.1 Experiência profissional em outra instituição financeira

Neste questionamento, 71% dos entrevistados, que correspondem a vinte e duas pessoas, responderam não ter tido experiência profissional em outra instituição financeira, os demais, 29%, que somam nove colaboradores, responderam a questão afirmativamente.

Dessa forma, pode-se observar que a maioria das respostas foi obtida em um nível mais básico dos cargos apresentados: Agente de Atendimento/Caixa, 32,3%; já a segunda maior participação foi do nível gerencial, Gerente de PA, 19,4%. Quanto ao tempo de serviço na cooperativa, a maior parte dos respondentes já trabalha há mais de cinco anos, 38,7%; depois, 22,6% trabalham no período compreendido entre seis a doze meses. Parte significativa dos

pesquisados, vinte e duas pessoas, ou seja, 71%, não possuem nenhuma experiência profissional em outra instituição financeira.

6.2 Bloco II - Variáveis interferentes do clima organizacional

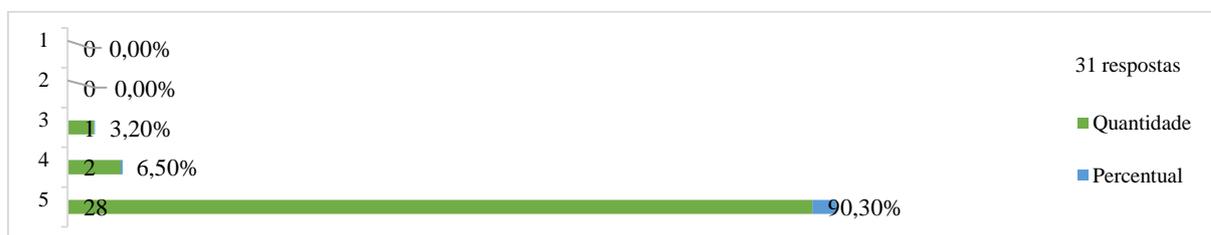
Chiavenato (2005, p. 168) diz que o clima organizacional são “os sentimentos das pessoas e a maneira como elas interagem entre si, com os clientes ou elementos externos”. Pesquisas sobre o clima organizacional, por exemplo, procuram colher informações sobre os campos psicológicos que envolvem o ambiente de trabalho das pessoas e quais suas respectivas sensações pessoais. No clima organizacional está refletida a interação dos colaboradores entre si e com o meio externo, e também seu grau de satisfação com esse contexto todo.

Existem diversas variáveis influenciando o clima organizacional das organizações. Segundo o autor Luz (2003), algumas delas aparecem mais vezes e com maior relevância nas publicações alusivas ao clima organizacional. Sendo assim, para esta pesquisa foram abordadas dez variáveis:

6.2.1 Trabalho realizado

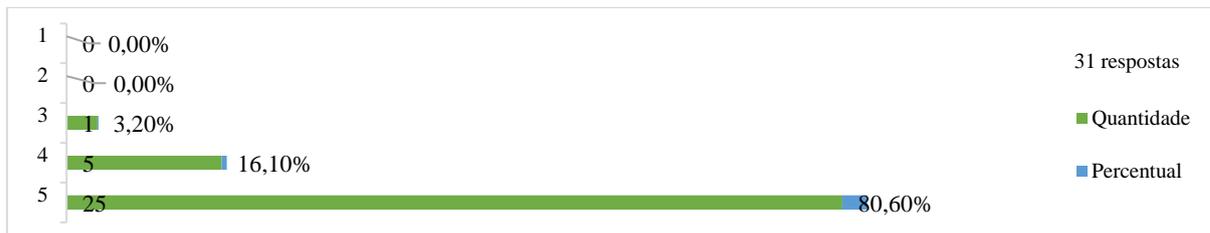
Esta variável corresponde às afirmativas 4, 5 e 6, conforme demonstrado nos gráficos de 3 a 5.

Gráfico 3 – 4 - Fazer o meu trabalho com boa qualidade é, para mim, uma questão de honra pessoal.



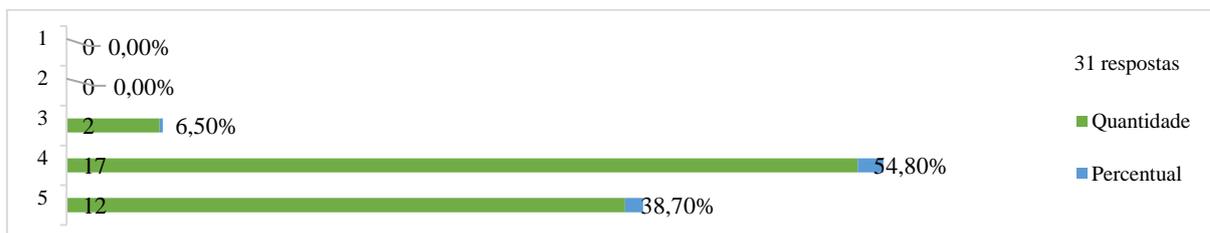
Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Gráfico 4 – 5 - Acredito que o trabalho que faço é uma parte importante da minha vida.



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Gráfico 5 – 6 - Sinto-me satisfeito em relação ao volume de trabalho que realizo.



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

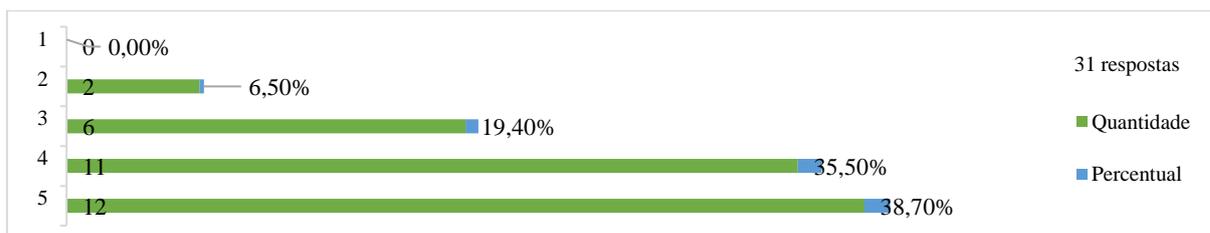
Quanto ao trabalho realizado, os respondentes consideram como parte importante de suas vidas e revelam a importância de desempenhar suas funções com qualidade, sendo 25 e 28 desses, respectivamente. Segundo Luz (2003), o trabalho deve ser relevante e desafiador, havendo equilíbrio entre ele e a vida pessoal.

Quando questionados sobre o volume de trabalho, 54,8% disseram estar satisfeitos; apenas 6,5% não concordam e nem discordam desta afirmação.

6.2.2 Salário

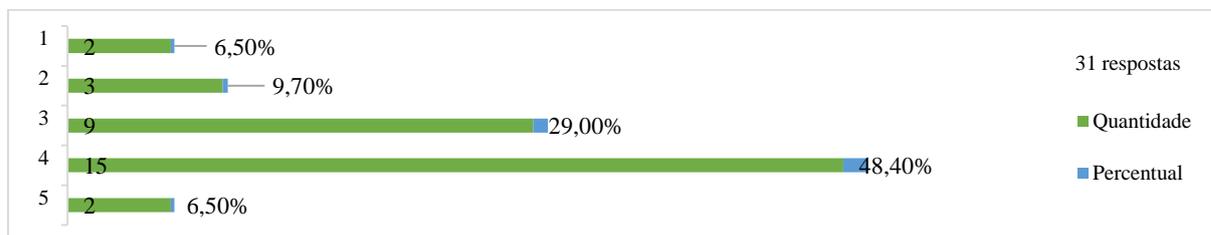
As afirmações de número 7, 8 e 9 dizem respeito à variável salário, cujos resultados são apresentados.

Gráfico 6 – 7 - Nesta empresa, tenho chances de melhorar o meu salário.



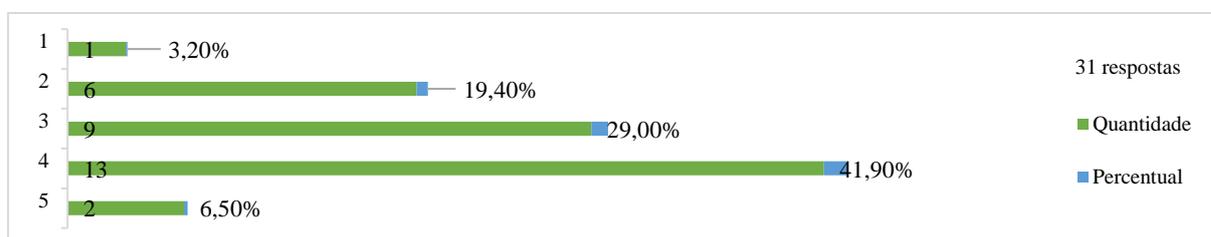
Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Gráfico 7 – 8 - Sinto-me satisfeito em relação ao meu salário.



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Gráfico 8 – 9 - Meu salário está adequado, quando comparado ao mercado; para respectivos cargos e funções.



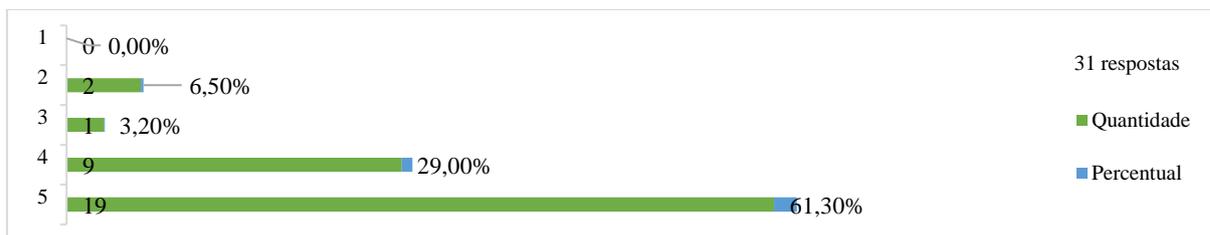
Fonte: Dados da pesquisa (2022).

O salário é uma das variáveis de maior relevância na composição do clima organizacional. Dewes (2007) diz que o salário traz repercussões psicológicas que irão influenciar o modo como a pessoa percebe a si mesma e ao seu trabalho. Essas afirmações apresentaram maior diferenciação na opinião dos respondentes. A maioria, 38,7%, concordam totalmente em ter chances de melhorar seu salário com o passar do tempo. Quinze entrevistados, 48,4%, estão satisfeitos com o salário pago pela cooperativa, 6,5% estão muito satisfeitos e outros 6,5% estão nem um pouco satisfeitos.

6.2.3 Benefícios

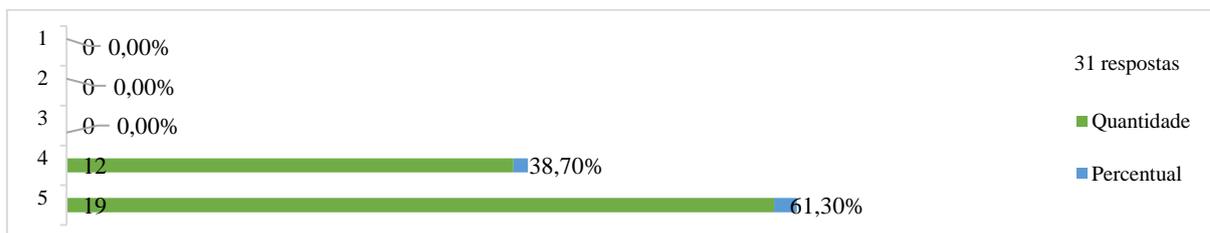
As questões de números 10, 11 e 12 tratam sobre a variável benefícios, conforme exposto nos gráficos 9 a 11.

Gráfico 9 – 10 - Os benefícios oferecidos pela empresa atendem minhas necessidades.



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Gráfico 10 – 11 - Os benefícios ofertados pela cooperativa são atrativos.



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Gráfico 11 – 12 - Os benefícios impactam na minha satisfação e fixação na cooperativa.



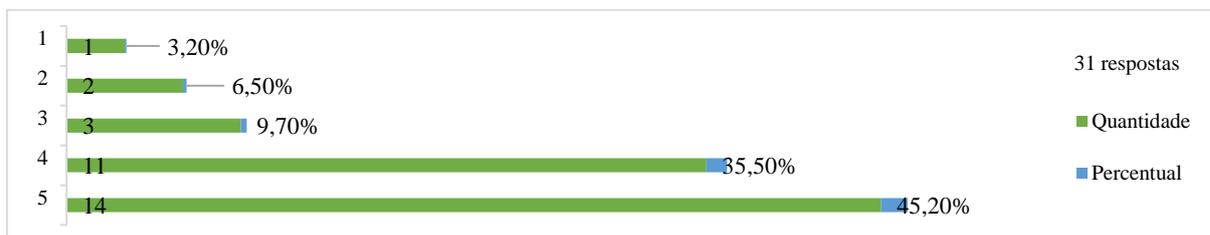
Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Todas as afirmações alusivas aos benefícios obtiveram seu maior número de respostas na opção de maior peso, número 5, revelando que a maior parte dos colaboradores participantes da pesquisa sentem-se muito satisfeitos com os benefícios ofertados pela cooperativa, e que estes impactam em sua fixação na empresa. As respostas coletadas remetem de modo direto ao conceito do autor Luz (2003), quando menciona que os benefícios oferecidos pela empresa impactam diretamente na atração, permanência e satisfação dos funcionários.

6.2.4 Liderança

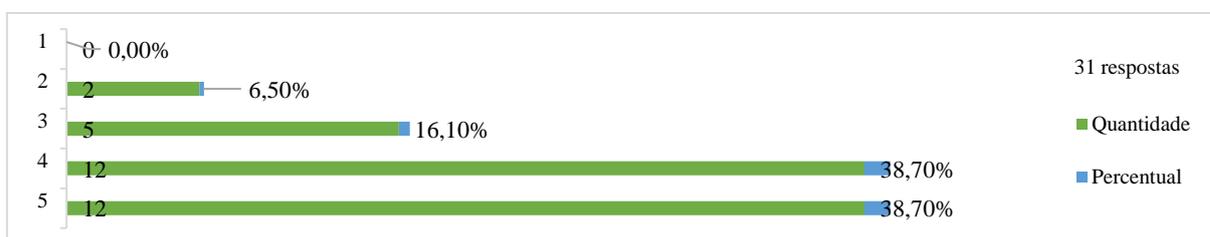
O quesito liderança foi abordado nas afirmações número 13, 14 e 15.

Gráfico 12 – 13 - Tenho o apoio do meu líder durante a execução do meu trabalho.



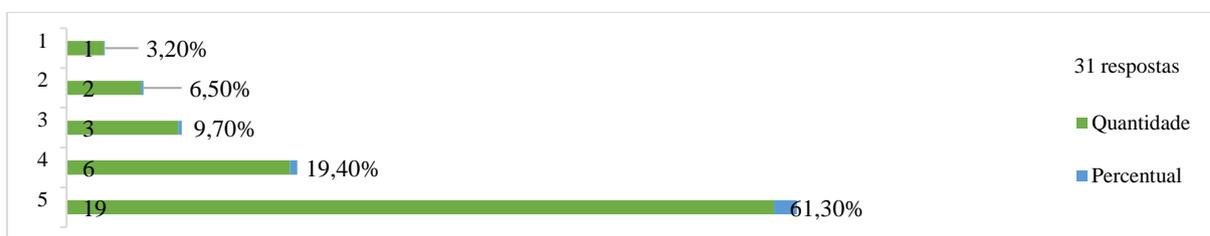
Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Gráfico 13 – 14 - Tenho uma ideia clara sobre o resultado que meu líder espera de mim.



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Gráfico 14 – 15 - Meus gestores têm interesse no bem-estar dos seus colaboradores.



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Segundo Mayo (2003), uma liderança de alta qualidade pode ser um dos maiores ativos de uma organização, pois tem papel fundamental na segurança de um bom resultado com o capital humano. Quanto a esta variável, a maior parte dos respondentes se mostrou satisfeita com o apoio dos seus líderes, representando 45,2%. No que diz respeito à clareza dos resultados esperados pelo líder, as respostas com maior percentual foram frequentemente e sempre iguais em 38,7%.

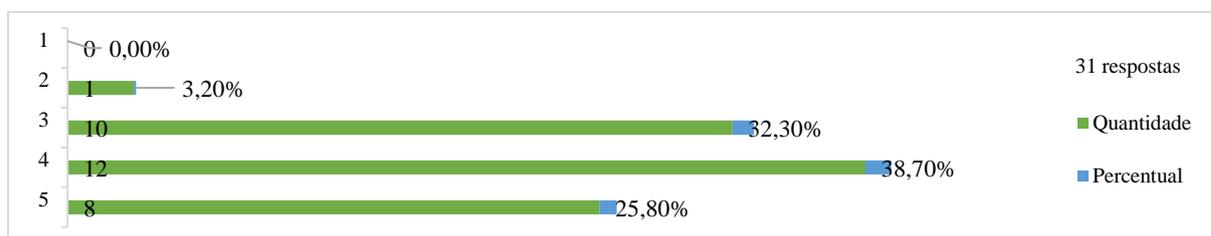
Os gestores, segundo dezenove participantes, têm interesse no bem-estar dos seus colaboradores, o que é um fator muito importante quanto à percepção do

clima, pois, segundo Dewes (2007), sentir-se aceito e estimado por outras pessoas são poderosas necessidades a serem atendidas.

6.2.5 Comunicação

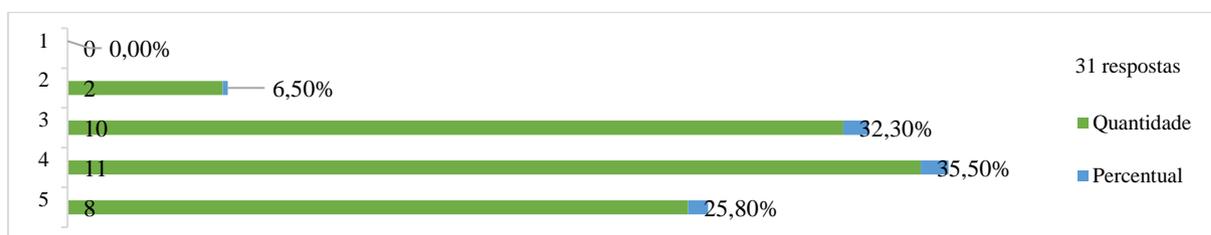
Quanto à comunicação, seguem as afirmações de números 16, 17 e 18 e seus respectivos gráficos, 15 a 17.

Gráfico 15 – 16 - Sou informado sobre as mudanças feitas na empresa que afetam o meu trabalho.



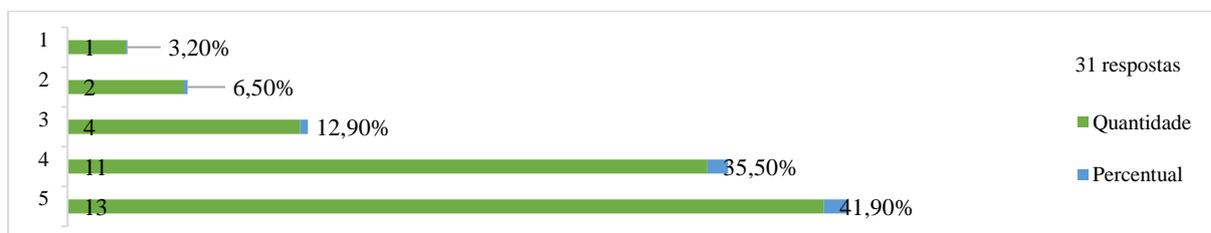
Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Gráfico 16 – 17 - As orientações que recebo sobre o meu trabalho são claras e objetivas.



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Gráfico 17 – 18 - Como colaborador, tenho oportunidade de dizer aos meus superiores o que penso sobre o meu trabalho e sobre a cooperativa.



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

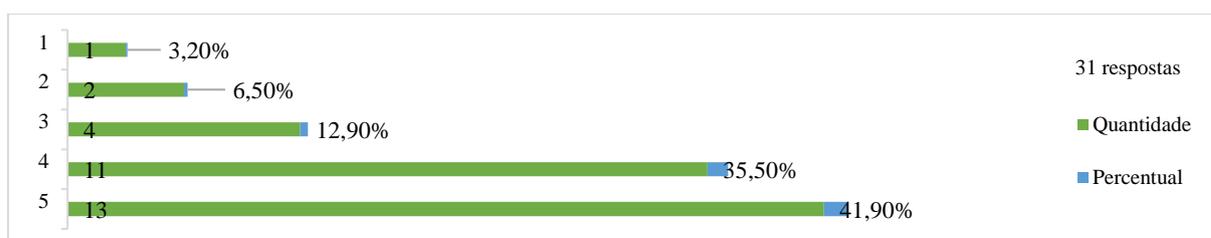
De acordo com Robbins (2005), a comunicação visa à satisfação dos colaboradores quanto à forma e aos canais de comunicação utilizados, a fim de

que sejam transparentes, democráticos e participativos. Na cooperativa pesquisada, todas as alternativas quanto à oportunidade de expressar aos superiores o que pensam sobre o trabalho e a cooperativa em si foram selecionadas, porém, aqueles que concordam parcialmente ou totalmente com a afirmação tiveram maior representação, totalizando 35,5% e 41,9% respectivamente.

6.2.6 Treinamento

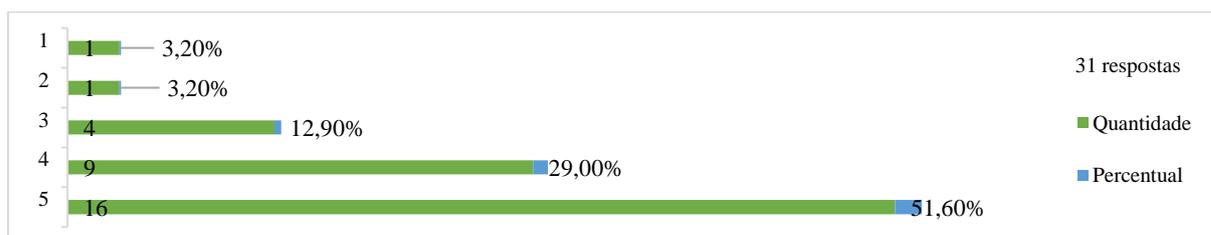
Mais uma das variáveis estudadas, o treinamento, apresenta-se nas afirmações 19, 20 e 21:

Gráfico 18 – 19 - O treinamento que recebo me capacita a fazer bem o meu trabalho.



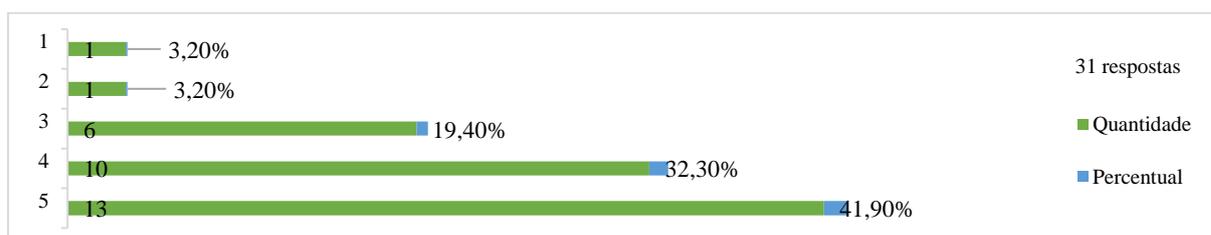
Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Gráfico 19 – 20 - A cooperativa dá condições de treinamento/ desenvolvimento para que eu possa ter um aprendizado contínuo.



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Gráfico 20 – 21 - Estou satisfeito com o investimento que minha organização faz em treinamentos e educação.



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

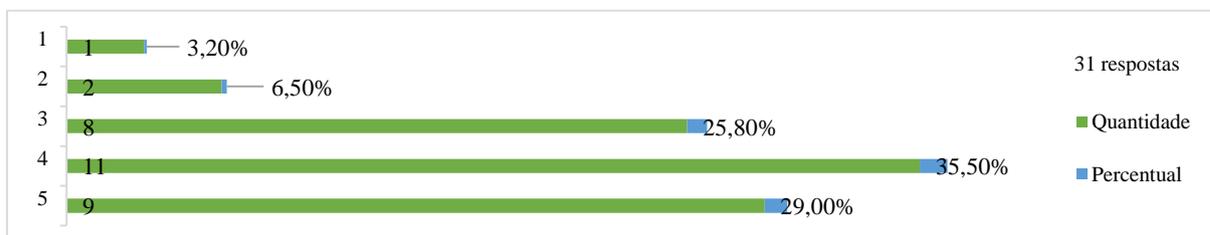
Nas três afirmações apresentadas sobre a variável treinamento, todas as opções foram selecionadas, porém, os gráficos demonstram que grande parte dos colaboradores concordam parcial ou totalmente com as afirmações propostas, totalizando 32,27% e 45,13%, respectivamente; representando uma concentração de 77,40% dos colaboradores que se mostram satisfeitos ou muito satisfeitos com os treinamentos ofertados pela cooperativa.

Chiavenato (2005) aponta que o treinamento pode ser considerado como um meio de desenvolvimento das competências individuais, a fim de torná-las mais produtivas, criativas e inovadoras; contribuindo, conseqüentemente, para os objetivos organizacionais e tornando-se cada vez mais valiosas.

6.2.7 Progresso profissional

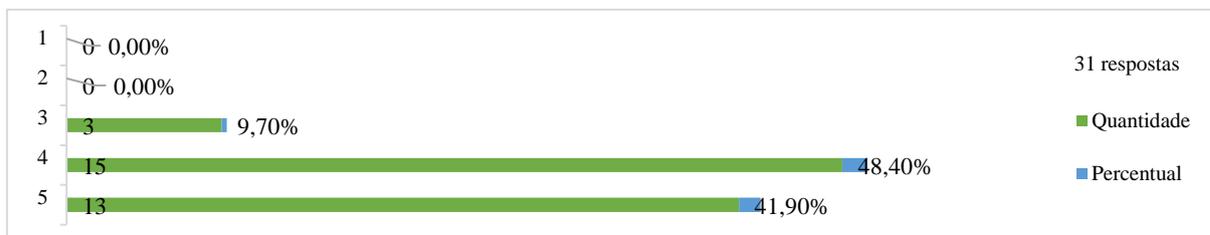
Os questionamentos 22, 23 e 24 tratam do quesito progresso profissional:

Gráfico 21 – 22 - Vejo possibilidades de crescimento de carreira, a curto ou médio prazo.

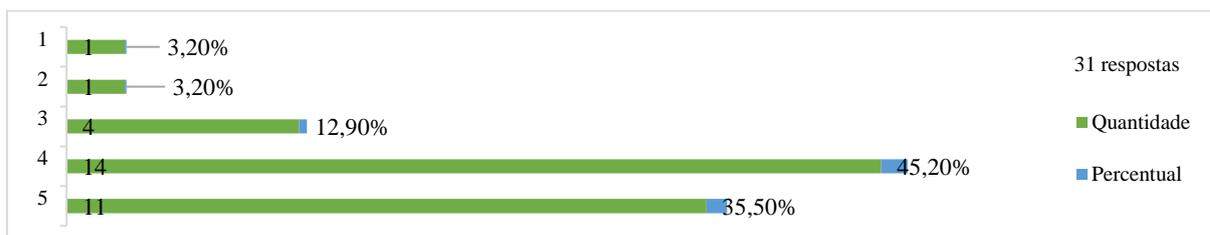


Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Gráfico 22 – 23 - No meu trabalho, tenho oportunidades para aprender novas tarefas.



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Gráfico 23 – 24 - Sinto-me reconhecido por parte da empresa, gestor e colegas.

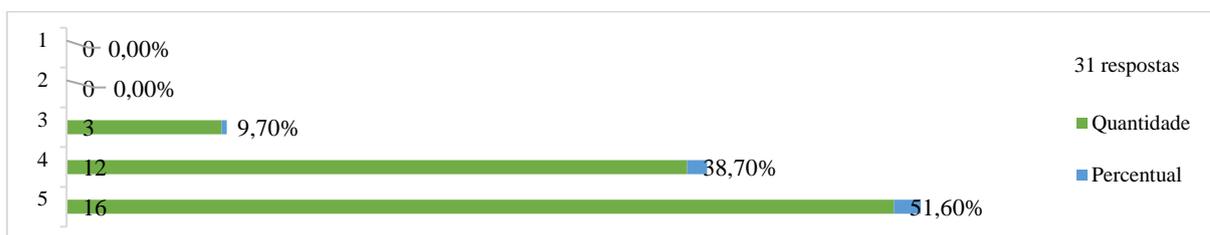
Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Quanto ao progresso profissional, quinze e quatorze participantes, concordaram parcialmente em ter oportunidades para aprender novas tarefas e sentem-se reconhecidos por parte da empresa, gestor e colegas. Já quanto à afirmativa sobre possibilidades de crescimento da carreira, a curto ou médio prazo; onze colaboradores concordaram parcialmente, nove concordaram totalmente e um participante não concordou com a afirmativa.

Destaca-se aqui a importância desta variável para os colaboradores, relembrando Dewes (2007): a ascensão profissional também faz parte das necessidades instigadoras de maior esforço no trabalho.

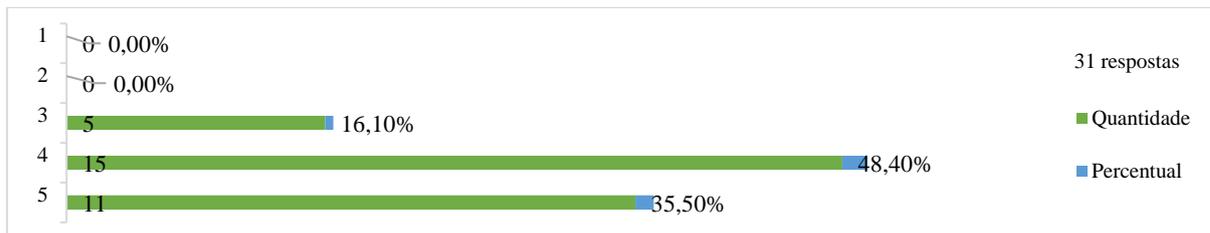
6.2.8 Relacionamento interpessoal

As afirmações seguintes são os números 25, 26 e 27, que versam sobre relacionamento interpessoal.

Gráfico 24 – 25 - As pessoas têm disposição para ajudar os colegas, quando necessitam.

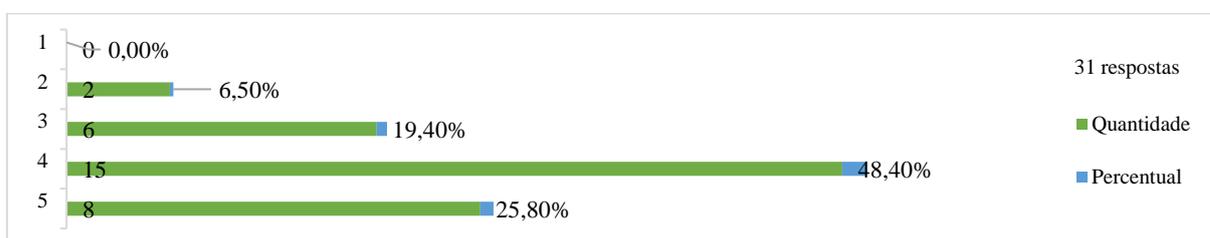
Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Gráfico 25 – 26 - As pessoas, neste ambiente de trabalho, respeitam o modo de ser de cada colega.



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Gráfico 26 – 27 - Existe um relacionamento de cooperação entre os diversos departamentos da empresa.



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Através da primeira afirmativa desta variável, os colaboradores disseram trabalhar em um ambiente onde existe ajuda mútua, pois mais da metade dos participantes, 51,6%, concordam totalmente que as pessoas têm disposição para ajudar os colegas quando necessitam.

Luz (2003) aponta que neste quesito é avaliada a qualidade das relações. Na relação de trabalho, é fundamental que as pessoas, componentes do ambiente corporativo, convivam harmoniosamente. Uma convivência harmoniosa remete aos conceitos de respeito e cooperação entre o todo da organização; fatores nos quais 48,4% dos colaboradores sentem-se satisfeitos.

6.2.9 Condições físicas do ambiente

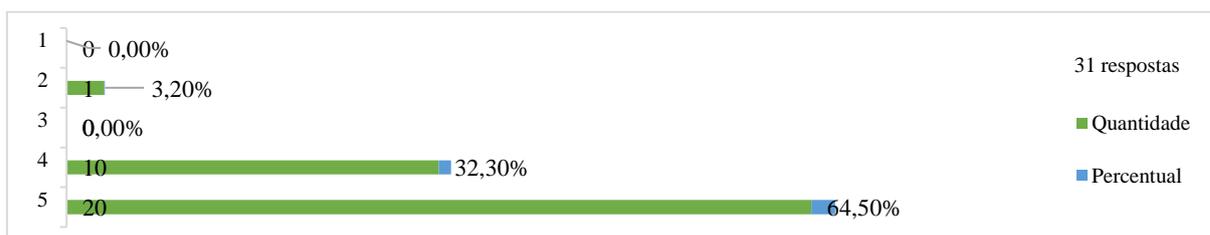
As condições físicas do ambiente são apresentadas nas questões seguintes, 28, 29 e 30.

Gráfico 27 – 28 - Durante o meu trabalho, estou protegido de riscos à minha saúde.



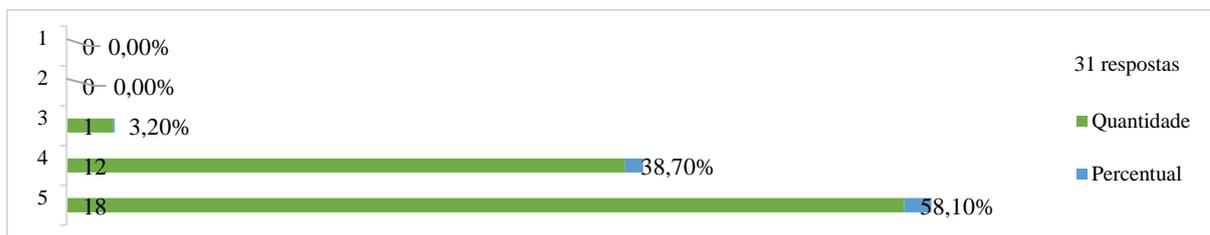
Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Gráfico 28 – 29 - As condições físicas de trabalho são satisfatórias (ruído, temperatura, higiene, mobiliário, etc.).



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Gráfico 29 – 30 - O ambiente em que trabalho contribui positivamente para meu desempenho.



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

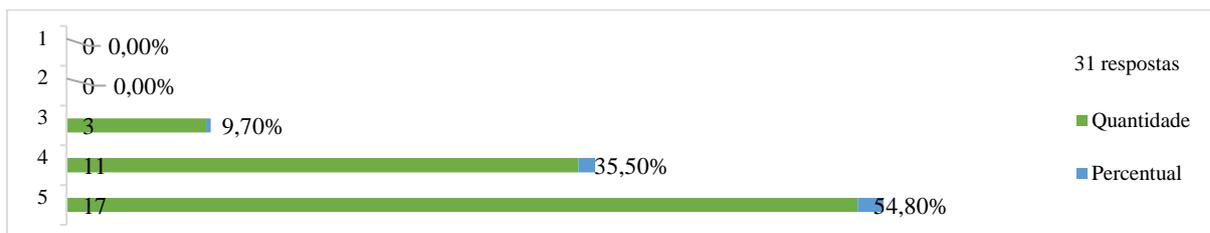
Considerando os resultados em relação às condições físicas do ambiente, a maioria das respostas está concentrada na opção cinco, na qual os pesquisados concordam totalmente com as afirmações, apresentando uma concentração de 61,30% dos resultados obtidos.

Segundo Chiavenato (2005), os aspectos ambientais podem afetar o bem-estar psicológico, a saúde mental e também a integridade das pessoas. Logo, podemos perceber a importância desta variável para um bom desempenho dos colaboradores dentro da organização.

6.2.10 Fatores motivacionais

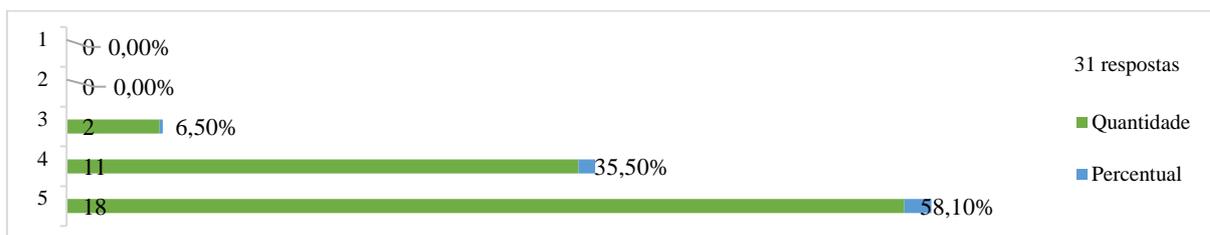
A motivação, componente essencial do clima organizacional, está relacionada nas afirmações 31, 32 e 33.

Gráfico 30 – 31 - No meu trabalho, estou me esforçando ao máximo para fazê-lo cada vez melhor.



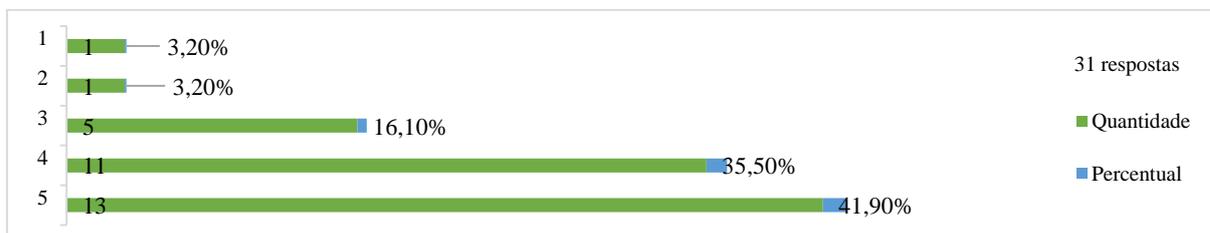
Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Gráfico 31 – 32 - Estou dando o melhor que posso para produzir o máximo possível no meu trabalho.



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Gráfico 32 – 33 - Ao acordar para ir ao trabalho, me sinto bem-disposto e entusiasmado.



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Pessoas motivadas dão o seu melhor, e maximizar a motivação, segundo Mayo (2003), envolve diversas variáveis, incluindo algumas já apresentadas anteriormente, como: realização pessoal (o que entusiasma e torna o trabalho atrativo), recompensas financeiras e benefícios, oportunidades de crescimento e reconhecimento. Analisando as respostas das afirmativas relacionadas à

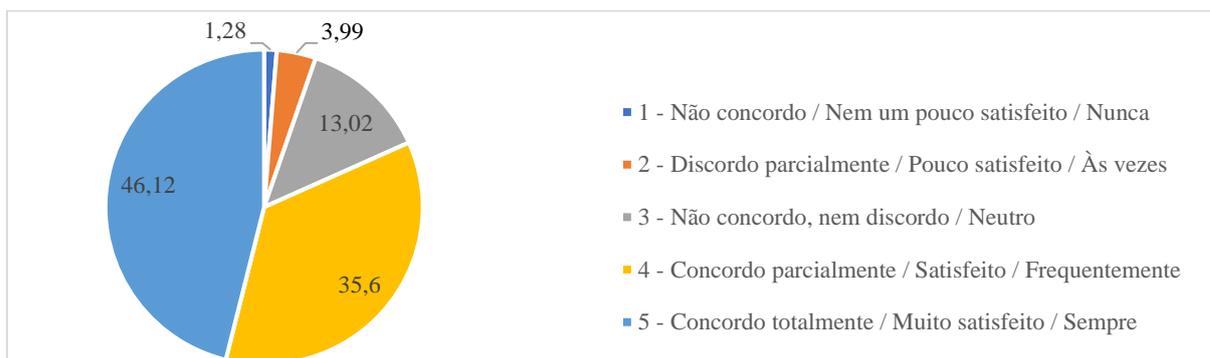
motivação, depreende-se que a maioria dos pesquisados encontra-se motivado para o desenvolvimento de suas funções na cooperativa, pois a maior parte das respostas concentra-se nas opções quatro e cinco, onde os colaboradores concordam parcialmente, 35,5%, ou ainda, totalmente, 51,60%, com as afirmações apresentadas, concentrando 87,10% dos resultados.

Tabela 1 – Frequências acumuladas por categoria e totais dos resultados coletados

VARIÁVEL	AFIRMAÇÕES	% DE RESPOSTAS				
		1	2	3	4	5
TRABALHO REALIZADO	Fazer o meu trabalho com boa qualidade é, para mim, uma questão de honra pessoal.	0	0	3,2	6,5	90,3
	Acredito que o trabalho que faço é uma parte importante da minha vida.	0	0	3,2	16,1	80,6
	Sinto-me satisfeito em relação ao volume de trabalho que realizo.	0	0	6,5	54,8	38,7
SALÁRIO	Nesta empresa, tenho chances de melhorar o meu salário.	0	6,5	19,4	35,5	38,7
	Sinto-me satisfeito em relação ao meu salário.	6,5	9,7	29	48,4	6,5
	Meu salário está adequado, quando comparado ao mercado; para respectivos cargos e funções.	3,2	19,4	29	41,9	6,5
BENEFÍCIOS	Os benefícios oferecidos pela empresa atendem minhas necessidades.	0	6,5	3,2	29	61,3
	Os benefícios ofertados pela cooperativa são atrativos.	0	0	0	38,7	61,3
	Os benefícios impactam na minha satisfação e fixação na cooperativa.	0	0	3,2	29	67,7
LIDERANÇA	Tenho o apoio do meu líder durante a execução do meu trabalho.	3,2	6,5	9,7	35,5	45,2
	Tenho uma ideia clara sobre o resultado que meu líder espera de mim.	0	6,5	16,1	38,7	38,7
	Meus gestores têm interesse no bem-estar dos seus colaboradores.	3,2	6,5	9,7	19,4	61,3
COMUNICAÇÃO	Sou informado sobre as mudanças feitas na empresa que afetam o meu trabalho.	0	3,2	32,3	38,7	25,8
	As orientações que recebo sobre o meu trabalho são claras e objetivas.	0	6,5	32,3	35,5	25,8
	Como colaborador, tenho oportunidade de dizer aos meus superiores o que penso sobre o meu trabalho e sobre a cooperativa.	3,2	6,5	12,9	35,5	41,9
TREINAMENTO	O treinamento que recebo me capacita a fazer bem o meu trabalho.	3,2	6,5	12,9	35,5	41,9
	A cooperativa dá condições de treinamento/desenvolvimento para que eu possa ter um aprendizado contínuo.	3,2	3,2	12,9	29	51,6
	Estou satisfeito com o investimento que minha organização faz em treinamentos e educação.	3,2	3,2	19,4	32,3	41,9
PROGRESSO PROFISSIONAL	Vejo possibilidades de crescimento de carreira, a curto ou médio prazo.	3,2	6,5	25,8	35,5	29
	No meu trabalho, tenho oportunidades para aprender novas tarefas.	0	0	9,7	48,4	41,9
	Sinto-me reconhecido por parte da empresa, gestor e colegas.	3,2	3,2	12,9	45,2	35,5
RELACIONAMENTO INTERPESSOAL	As pessoas têm disposição para ajudar os colegas, quando necessitam.	0	0	9,7	38,7	51,6
	As pessoas, neste ambiente de trabalho, respeitam o modo de ser de cada colega.	0	0	16,1	48,4	35,5
	Existe um relacionamento de cooperação entre os diversos departamentos da empresa.	0	6,5	19,4	48,4	25,8
CONDIÇÕES FÍSICAS DO AMBIENTE	Durante o meu trabalho, estou protegido de riscos à minha saúde.	0	6,5	6,5	25,8	61,3
	As condições físicas de trabalho são satisfatórias (ruído, temperatura, higiene, mobiliário, etc.)	0	3,2	0	32,3	64,5
	O ambiente em que trabalho contribui positivamente para meu desempenho.	0	0	3,2	38,7	58,1
FATORES MOTIVACIONAIS	No meu trabalho, estou me esforçando ao máximo para fazê-lo cada vez melhor.	0	0	9,7	35,5	54,8
	Estou dando o melhor que posso para produzir o máximo possível no meu trabalho.	0	0	6,5	35,5	58,1
	Ao acordar para ir ao trabalho, me sinto bem-disposto e entusiasmado.	3,2	3,2	16,1	35,5	41,9
TOTAL DAS RESPOSTAS		1,28	3,99	13,02	35,60	46,12

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Analisando a tabela, pode-se perceber que, dentre trinta afirmações propostas, a coluna dos resultados das opções um e dois apresentou uma concentração baixa ou nula. Apenas onze obtiveram marcações na primeira opção da escala, representando uma concentração de 1,28% dos resultados. Já a opção dois apresentou marcações em dezenove afirmações, totalizando 3,99% dos retornos. Ou seja, os itens de completa insatisfação ou pouca satisfação representaram, juntos, 5,27%;

Gráfico 33 - Frequências acumuladas totais

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Através do gráfico, depreende-se que a percepção dos colaboradores quanto ao clima organizacional é positiva e, de modo geral, sentem-se satisfeitos com o emprego. As respostas de maior peso, de números quatro e cinco, apresentaram uma predominância de 81,72% dos resultados coletados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Meinen (2016) destaca que o cooperativismo pode melhorar a qualidade de vida dos cidadãos, sendo eles associados ou não. Para que seu funcionamento seja eficaz, faz-se necessário satisfazer as necessidades dos envolvidos, tanto associados quanto colaboradores. É o que está descrito, inclusive, na visão da empresa, publicada em seu site oficial: “Ser reconhecida nacionalmente como a melhor cooperativa de crédito com solidez e inovação, satisfazendo as necessidades dos associados e colaboradores” (SICOOB, 2022).

Seguindo os objetivos propostos para esta pesquisa, é possível concluir que a visão do SICOOB vem sendo cumprida, pois, de acordo com este estudo sobre o clima organizacional na empresa, os colaboradores estão satisfazendo suas necessidades, inclusive, o grau de satisfação verificado é elevado. O retorno das afirmativas propostas apresentou uma predominância acentuada nos itens quatro e cinco, satisfeito ou muito satisfeito; representando uma concentração de mais de 80% dos resultados.

Retomando os objetivos específicos definidos para este estudo, pôde-se compreender, também, a vital importância do capital humano dentro das organizações, sendo considerado, nos dias atuais, como um dos ativos de maior

valor das empresas. Em decorrência disso, entende-se também a relevância da manutenção de um bom clima organizacional, pois esse, por sua vez, está diretamente ligado às respostas dos funcionários para com a empresa. Quando positivo, tem o poder de otimizar o engajamento, aumentar a motivação e otimizar o comprometimento das pessoas envolvidas.

O problema de pesquisa sugerido neste artigo foi respondido. De acordo com os resultados coletados, identificou-se que os colaboradores têm uma percepção positiva da cooperativa onde trabalham. Destaca-se que as afirmativas quanto à motivação apresentaram concentração superior a 50% na marcação de maior peso da escala, evidenciando a tendência de que os colaboradores sentem-se motivados para o desempenho de suas atividades.

Devido à relevância do tema em questão, acredita-se que os resultados obtidos sejam de grande valia para a cooperativa pesquisada, pois facilitam a visualização das variáveis mais satisfatórias e também aquelas em que as marcações na escala ficaram mais divididas, como na variável salário. Sugere-se à cooperativa a revisão de algumas práticas, como, por exemplo, a estruturação dos planos de carreira.

Por fim, temas abordados neste trabalho, tais como o clima organizacional, as pessoas e satisfação pessoal modificam-se com o passar do tempo, portanto, não existem fórmulas mágicas para seu êxito, trata-se de uma construção diária. Abordar eficazmente tudo que envolve o clima organizacional não é uma tarefa fácil, mas plenamente possível, como demonstrado nas tendências dos resultados desta pesquisa.

REFERÊNCIAS

BCB. **O que é cooperativa de crédito?** Disponível em: <<https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/cooperativacredito>>. Acesso em: 02 abr. 2022.

CHIAVENATO, Idalberto. **Comportamento organizacional: A dinâmica de sucesso das organizações**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2021.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas**. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2005.

COOPBRASIL. **Quando surgiu a cooperação, como ajuda mútua?** Disponível em: <<https://www.cooperativacoopbrasil.com.br/quando-surgiu-a-cooperacao-como-ajuda-mutua/#:~:text=A%20palavra%20coopera%C3%A7%C3%A3o%20vem%20do,doe n%C3%A7as%20e%20dos%20animais%20selvagens>>. Acesso em: 10 abr. 2022.

CRIPPA, Daniela. **As instituições de ensino superior como catalisadoras de desenvolvimento regional:** a contribuição e os resultados socioeconômicos das Faculdades Integradas de Taquara no desenvolvimento da região do Vale do Paranhana/RS. 2015. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional) – Faculdades Integradas de Taquara, FACCAT, Taquara, 2015.

DEWES, Fernando. **Comportamento Organizacional:** Temas Seleccionados. Taquara: FACCAT, 2007.

FIA. **Entenda a importância do capital humano para as empresas.** FIA BUSINESS SCHOOL. São Paulo, 05 fev. 2021. Disponível em: <<https://fia.com.br/blog/capital-humano/>>. Acesso em: 16 abr. 2022.

FRIEDMAN, Brian; HATCH, James; WALKER, David M. **Como atrair, gerenciar e reter capital humano:** Da promessa à realidade. 2. ed. São Paulo: Futura, 2000.

GALLE, Cândida Raquel. **A importância da felicidade no ambiente de trabalho:** estudo de caso na cooperativa de crédito de livre admissão de associados - SICOOB ECOCREDI. 2017. Monografia (Especialização em Gestão de Pessoas) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, UNISINOS, São Leopoldo, 2017.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

GPTW. **Clima organizacional:** você reconhece a importância de colocar as pessoas no centro? Great Place to Work. São Paulo, 06 ago. 2020. Disponível em: <<https://gptw.com.br/conteudo/artigos/clima-organizacional/#:~:text=O%20clima%20organizacional%20%C3%A9%20um,organizational%20favor%C3%A1vel%20a%20esse%20cen%C3%A1rio>>. Acesso em: 19 abr. 2022.

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

MAYO, Andrew. **O valor humano da empresa:** Valorização das pessoas como ativos. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2003.

MEINEN, Ênio. **Cooperativismo financeiro:** percurso histórico, perspectivas e desafios. Brasília: Confebras, 2014.

MEINEN, Ênio. **Cooperativismo financeiro**: virtudes e oportunidades. Ensaio sobre a perenidade do empreendimento cooperativo. Brasília: Confedbras, 2016.

ORGANIZAÇÃO DAS COOPERATIVAS BRASILEIRAS – OCB. **História do cooperativismo**. Disponível em: <<https://www.ocb.org.br/historia-do-cooperativismo>>. Acesso em: 02 abr. 2022.

ROBBINS, Stephen P. **Comportamento organizacional**. 11. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

SCHEIN, Edgar H.; SCHEIN, Peter. **Cultura organizacional e liderança**. 5. ed. Rio de Janeiro: Grupo Editorial Nacional, 2022.

SESCOOPRS. **História do cooperativismo**. Disponível em: <<https://www.sescooprs.coop.br/cooperativismo/historia/>>. Acesso em: 10 abr. 2022.

SICOOB. **Nossa história**. Disponível em: <<https://www.sicoob.com.br/web/sicoobmaxicredito/sicoob-maxicredito>>. Acesso em: 16 abr. 2022.

SICOOB. **O que é o SICOOB**. Disponível em: <<https://www.sicoob.com.br/web/sicoob/sistema-sicoob>>. Acesso em: 15 abr. 2022.

SICOOB. **Sicoob MaxiCrédito alcança R\$ 187,3 milhões em resultado em 2021**. Disponível em: <https://www.sicoob.com.br/web/sicoobmaxicredito/noticias/-/asset_publisher/xAiolawpOI5S/content/id/104932123>. Acesso em: 02 abr. 2022.

TACHIZAWA, Takeshy; FERREIRA, Victor C. P.; FORTUNA, Antônio A. M. **Gestão com pessoas**: uma abordagem aplicada às estratégias de negócios. 4. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2004.

TRANJAN, Roberto. **Capital humano**: A estratégia de resultados da nova economia. São Paulo: Büzz, 2021.