



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA, CONTABILIDADE,
SECRETARIADO EXECUTIVO E FINANÇAS - FEAACS
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO
CURSO DE SECRETARIADO EXECUTIVO

MARIA REBECCA MESQUITA PONTE

A INFLUÊNCIA DA CULTURA ORGANIZACIONAL NA PRÁTICA DOS VALORES
DE UMA ORGANIZAÇÃO DO RAMO DE ELETROPORTÁTEIS

FORTALEZA

2022

MARIA REBECCA MESQUITA PONTE

A INFLUÊNCIA DA CULTURA ORGANIZACIONAL NA PRÁTICA DOS VALORES DE
UMA ORGANIZAÇÃO DO RAMO DE ELETROPORTÁTEIS

Monografia apresentada ao curso de Secretariado Executivo do Departamento de Administração da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para a obtenção do Título de Bacharel em Secretariado Executivo.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Joelma Soares da Silva

FORTALEZA

2022

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária

Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

P857i

Ponte, Maria Rebecca Mesquita.

A influência da cultura organizacional na prática dos valores de uma organização do ramo de eletroportáteis / Maria Rebecca Mesquita Ponte. – 2022.

40 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Curso de Secretariado Executivo, Fortaleza, 2022.

Orientação: Profa. Dra. Joelma Soares da Silva.

1. Cultura organizacional. 2. Valores. 3. Organização. I. Título.

CDD 651.3741

MARIA REBECCA MESQUITA PONTE

A INFLUÊNCIA DA CULTURA ORGANIZACIONAL NA PRÁTICA DOS VALORES DE
UMA ORGANIZAÇÃO DO RAMO DE ELETROPORTÁTEIS

Monografia apresentada ao curso de Secretariado Executivo do Departamento de Administração da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para a obtenção do Título de Bacharel em Secretariado Executivo.

Aprovada em: __/__/____.

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª. Dr^ª. Joelma Soares da Silva (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof^ª. Dr^ª. Conceição de Maria Pinheiro Barros
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof^ª. Dr^ª. Luma Louise Sousa Lopes
Universidade Federal do Ceará (UFC)

A Deus por nortear a minha vida e me manter
firme na caminhada,
Aos meus pais, Harnoldo e Francisca das
Chagas.

AGRADECIMENTOS

A Deus, pela sabedoria, discernimento nas decisões e por nortear a minha vida sempre me mantendo firme na caminhada.

Aos meus pais que me deram todas as condições para que eu chegasse até esse momento, sempre fazendo o possível e o impossível para que eu conquistasse todos os meus sonhos.

A minha avó que sempre acreditou em meu potencial e sonhou com este momento desde a minha infância, me auxiliando e contribuindo em minha vida escolar.

A minha irmã que sempre esteve ao meu lado auxiliando e ajudando no necessário para que esta conquista viesse a acontecer.

Ao meu tio por todo apoio durante minha vida escolar e acadêmica, sempre acreditando em meu potencial.

Ao meu esposo que em todos os momentos de cansaço esteve ao meu lado me incentivando e fazendo com que eu enxergasse os obstáculos como formas de me fortalecer na caminhada.

Aos meus amigos que estiveram comigo durante a trajetória do curso que sempre se fizeram presentes com palavras de incentivo, carinho e determinação.

Meus agradecimentos aos professores do curso que são os responsáveis por todo o conhecimento e habilidades aqui adquiridos, em especial a minha orientadora Professora Joelma Soares, que acompanhou minha evolução durante quase todo o curso e sempre esteve me orientando acerca de quais caminhos eu deveria seguir.

Meus agradecimentos a empresa no qual a pesquisa foi realizada, em especial aos respondentes desta pesquisa que dedicaram seu tempo para que esse trabalho acontecesse.

Agradeço e parablenizo a Universidade Federal do Ceará (UFC) por ter conseguido se manter firme e flexível para com os alunos durante o período em que vivenciamos a pandemia de Covid-19, sempre buscando ouvir a opinião de seus discentes e fazendo o necessário para que o conhecimento fosse repassado a seus alunos.

“Para ir da oportunidade ao êxito é preciso enfrentar os medos de mudanças, romper com os mesmos e ter a capacidade de se antecipar” (CORTELLA, 2017, p. 42).

RESUMO

Ao considerar a influência da cultura organizacional e seus impactos nos valores de uma organização, torna-se necessária a análise acerca da execução e do conhecimento dos valores organizacionais no ambiente empresarial por parte de seus colaboradores. O objetivo do presente trabalho é analisar como os valores organizacionais de uma empresa de eletroportáteis são colocados em prática no contexto de sua cultura organizacional. Trata-se de uma pesquisa com abordagem quantitativa com a utilização da estatística descritiva. A técnica para a coleta de dados foi a aplicação de uma escala online aplicada no Google Forms para uma amostra de colaboradores da empresa de eletroportáteis. Durante o período de 04 de janeiro de 2022 a 12 de janeiro de 2022 foram coletadas 42 respostas. Os dados foram apresentados em formas de tabelas, onde foram analisados à luz do referencial teórico. A análise dos dados permitiu inferir que os valores organizacionais da empresa de eletroportáteis são de conhecimento de grande maioria da amostra participante, sendo transparentes e acessíveis a todos os seus funcionários. Foi possível inferir também que não existem políticas formais estruturadas para a disseminação dos valores organizacionais na organização. Sob a perspectiva dos colaboradores da empresa de eletroportáteis, os valores organizacionais são percebidos durante a rotina de trabalho e coincidem com seus valores pessoais.

Palavras-chave: Cultura Organizacional; Valores; Organização.

ABSTRACT

When considering the influence of organizational culture and its impacts on the values of an organization, it is necessary to analyze the execution and knowledge of organizational values in the business environment by its employees. The objective of the present work is to analyze how the organizational values of a small appliance company are put into practice in the context of its organizational culture. This is a research with a quantitative approach using descriptive statistics. The technique for data collection was the application of an online scale applied in Google Forms to a sample of employees of the small appliance company. During the period from January 4, 2022 to January 12, 2022, 42 responses were collected. The data were presented in the form of tables, where they were analyzed in the light of the theoretical framework. Data analysis allowed us to infer that the organizational values of the small appliance company are known to the vast majority of the participating sample, being transparent and accessible to all its employees. It was also possible to infer that there are no formal structured policies for the dissemination of organizational values in the organization. From the perspective of the employees of the small appliance company, organizational values are perceived during the work routine and coincide with their personal values.

Keywords: Organizational Culture; Values; Organization.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – O iceberg da cultura organizacional	16
Figura 2 – Funções normativa e moral da cultura organizacional	18
Figura 3 – Estrutura circular dos valores segundo Schwartz	20

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Como os valores organizacionais de uma empresa de eletroportáteis são colocados em prática no contexto de sua cultura organizacional	29
Tabela 2 – A existência de políticas em uma empresa de eletroportáteis para a aplicação de seus valores organizacionais	31
Tabela 3 – A perspectiva dos colaboradores sobre a vivência dos valores da empresa de eletroportáteis no contexto de sua cultura organizacional	32

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	A CULTURA ORGANIZACIONAL E SUA INFLUÊNCIA NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL	15
2.1	A importância da cultura organizacional	15
2.2	Impactos da cultura organizacional	17
3	A IMPORTÂNCIA DOS VALORES NO MEIO ORGANIZACIONAL	19
3.1	A importância dos valores pessoais na rotina laboral dos trabalhadores	19
3.2	A importância dos valores organizacionais no ambiente laboral	21
4	MÉTODO DE PESQUISA	23
4.1	Classificação da pesquisa	23
4.2	Instrumento de coleta de dados	23
4.3	Técnica de coleta de dados	24
4.4	Lócus da pesquisa	25
4.5	Sujeitos da pesquisa	25
4.6	Apresentação e análise dos dados	26
5	ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	27
5.1	Perfil dos respondentes	27
5.2	Os valores organizacionais da empresa de eletroportáteis são colocados em prática no contexto de sua cultura organizacional	28
5.3	A existência de políticas da empresa de eletroportáteis na aplicação de seus valores organizacionais	30
5.4	A vivência dos valores da empresa de eletroportáteis no contexto de sua cultura organizacional	32
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	34
	REFERÊNCIAS	36
	APÊNDICE – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	38

INTRODUÇÃO

As mudanças que continuamente ocorrem no mercado de trabalho exigem que os profissionais se tornem cada vez mais competitivos e líderes de suas próprias atividades. Ou seja, é necessário que eles se sintam parte da organização em que estão inseridos e busquem de todas as formas alcançar o resultado global da empresa. Neste viés, é responsabilidade da empresa que, através de sua cultura organizacional, seu colaborador se sinta engajado nos projetos e confortável em seu ambiente laboral para que esse se mantenha sempre alinhado com os objetivos traçados pelo direcionamento estratégico da organização.

De acordo com Mendes e Tamayo (1999), os valores fazem parte de uma dialética de manutenção e de transformação dos comportamentos humanos pela socialização e aprendizagem permanentes, sendo, por isso, valiosos para as instituições que desejam modelar comportamentos em função de seus interesses. Neste sentido, é de grande valia para uma organização que a mesma adote valores organizacionais que coincidam com os valores pessoais de seus funcionários, haja vista que este fator corrobora para que os indivíduos se sintam cada vez mais confortáveis e engajados na organização.

Para entender o que são os valores organizacionais Porto e Tamayo (2003) os definem como princípios ou crenças sobre recompensas ou metas desejáveis, hierarquicamente organizados, que as pessoas buscam por meio do trabalho e que guiam as suas avaliações sobre os resultados e contexto do labor, bem como o seu comportamento e escolha de alternativas de trabalho.

De acordo com Robbins (2010), os valores representam convicções básicas de que um modo específico de conduta ou de valores finais é individual ou socialmente preferível a um modo oposto. Além disso, o autor também destaca que os valores individuais são construídos pela importância relativa que atribuímos a valores como liberdade, prazer, autorrespeito, honestidade, obediência e justiça.

Segundo Bass e Avolio (1993), a cultura organizacional de uma empresa costuma ser moldada pelas crenças, propósitos e perspectivas de seus próprios fundadores. Mas à medida que uma empresa vai crescendo, sua cultura organizacional tende a ser reinventada. Assim, lideranças preocupadas com a renovação organizacional procuram fomentar culturas que propiciem a criatividade, resolução de problemas, assunção de riscos e experimentação, gerando novos modelos de comportamento organizacional sendo feitos e perpetuados em toda a empresa.

Destarte, é evidente que para que uma organização estabeleça uma relação de

confiança com seus colaboradores e para que estes sintam-se confortáveis e aptos para desenvolver os projetos esperados por esta é necessário que uma política seja estabelecida dentro do ambiente organizacional, dando destaque aos valores empregados pela instituição.

Para Robbins (2010), a cultura organizacional é a responsável por garantir que os valores empregados pela empresa sejam colocados em prática, uma vez que estes são importantes elementos da cultura organizacional. Além deste fator também é imprescindível que os líderes pertencentes à organização transmitam e façam com que os valores organizacionais sejam aplicados na rotina de seus liderados. Segundo Schein (1992), os maiores influenciadores da cultura organizacional são os fundadores e as principais lideranças da empresa, sendo estes os definidores do modelo de gestão por terem o poder máximo dentro da organização, impondo suas convicções pessoais e seu jeito próprio de fazer as coisas acontecerem.

Diante do exposto acima surge a necessidade e a motivação da pesquisa. Portanto, o trabalho busca responder o seguinte problema de pesquisa: Como os valores organizacionais de uma empresa de eletroportáteis são colocados em prática no contexto de sua cultura organizacional?

O objetivo geral do trabalho é analisar como os valores organizacionais de uma empresa de eletroportáteis são colocados em prática no contexto de sua cultura organizacional.

Como objetivos específicos, o trabalho pretende:

- a) Identificar a existência de políticas de uma empresa de eletroportáteis para aplicação dos seus valores organizacionais; e
- b) Analisar sob a perspectiva dos colaboradores a vivência dos valores da empresa de eletroportáteis no contexto de sua cultura organizacional.
- c) Identificar a existência dos valores organizacionais da empresa de eletroportáteis no ambiente organizacional.

A temática da pesquisa foi escolhida com o intuito de possibilitar um melhor entendimento acerca da cultura organizacional e a prática desta dentro de uma organização de eletroportáteis através dos valores organizacionais adotados pela empresa. Além disso, este estudo busca contribuir para possíveis pesquisas futuras com enfoque na importância deste tema para o desenvolvimento das empresas e envolvimento de seus funcionários com a mesma.

Esta pesquisa justifica-se por analisar como os valores organizacionais de uma empresa de eletroportáteis são colocados em prática no contexto de sua cultura organizacional, visto que este é um assunto que precisa ser discutido dentro da organização e na comunidade acadêmica, uma vez que a cultura organizacional e os valores organizacionais são temáticas que

precisam andar próximas para o desenvolvimento exponencial de qualquer empresa. Segundo Chiavenato (2008), a qualidade de vida no trabalho assimila dois pontos de visão, de um lado os interesses do trabalhador e do outro o interesse das organizações.

Ressalta-se a relevância deste estudo para a área de Secretariado Executivo tendo em vista que o profissional deste ramo atua, na maioria das vezes, com a cúpula estratégica de uma empresa sendo o principal agente causador de mudanças, aquele que observa o meio em que se está inserido e pode repassar as percepções diretamente aos líderes da empresa, expondo as principais ocorrências percebidas e como estas podem ser otimizadas para o aperfeiçoamento das atividades dos colaboradores no ambiente empresarial através da cultura organizacional e dos valores organizacionais adotados pela instituição.

Além disso, faz com que os colaboradores repensem na importância da prática dos valores organizacionais e na importância da cultura organizacional para a prática destes. Por fim, a pesquisa será repassada ao setor de gente da empresa para que a mesma possa analisar a visão de seus colaboradores sobre ela.

O trabalho está estruturado em cinco seções conforme a seguir: A primeira seção apresenta a introdução acerca do tema estudado, discorrendo a respeito da relação entre cultura organizacional e valores como principais fatores para que os valores organizacionais da empresa sejam empregados, além disso a seção também pontua os objetivos geral e específicos. A segunda seção expõe o referencial teórico do trabalho baseado nos conceitos de cultura organizacional, valores organizacionais e valores pessoais seus principais conceitos e autores. A terceira seção apresenta a metodologia utilizada na elaboração da pesquisa, apresentando o instrumento utilizado para a coleta dos dados. A quarta seção expõe os resultados obtidos através da pesquisa, expostos por tabelas e analisados à luz do referencial teórico. Por fim, a quinta seção apresenta as conclusões da pesquisa e as considerações finais através da análise dos dados coletados e analisados a partir do referencial teórico buscando alcançar os objetivos propostos, bem como as limitações da pesquisa e possíveis sugestões de continuidade no estudo do tema abordado.

2 A CULTURA ORGANIZACIONAL E SUA INFLUÊNCIA NO AMBIENTE ORGANIZACIONAL

No meio organizacional existem fatores internos e externos que influenciam o funcionamento e os resultados desejados por uma organização, tanto na concorrência, como no mercado e no próprio ambiente laboral. Neste sentido, especificamente interno a organização, Robbins (2010) ressalta que a cultura é de suma importância para o desenvolvimento e funcionamento de uma empresa, tendo em vista que a mesma é a responsável por guiar seus funcionários acerca da conduta que os mesmos devem exercer e por fazer com que os valores adotados pela empresa sejam colocados em prática no cotidiano e, conseqüentemente, otimizem os processos para o alcance das metas globais da organização.

Este capítulo aborda a importância da cultura organizacional na rotina de seus colaboradores e no desenvolvimento de uma organização, ressaltando sua influência sobre os valores organizacionais e sua publicidade no ambiente laboral.

2.1 A importância da cultura organizacional

O comportamento individual e coletivo dos indivíduos dentro de uma organização estão diretamente ligados à cultura organizacional da instituição, uma vez que a cultura organizacional de uma empresa é refletida com o modo como seus funcionários deverão agir dentro de seu ambiente laboral. De acordo com Chiavenato (2014), o primeiro passo para conhecer uma organização é conhecer sua cultura.

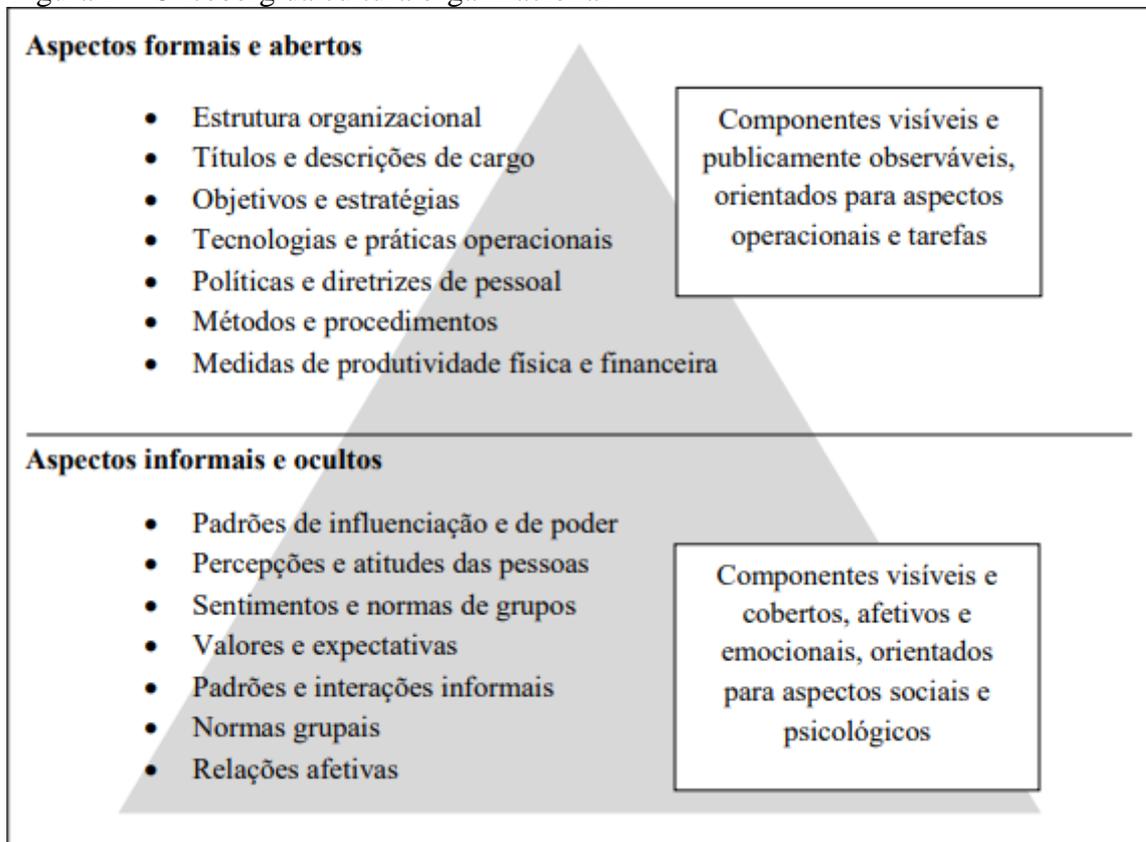
Segundo Araújo (2006), para que se possa entender o significado de cultura organizacional, deve-se primeiro atentar ao significado de cultura. A cultura pode ser entendida como características que surgem, se preservam e aprimoram com o passar do tempo e assim, a cultura organizacional seria a união entre os três pilares: valores, crenças e padrões de comportamento que, da mesma forma que a cultura, podem ser aprimorados por meio do treinamento (BARBIERI, 2012). Neste viés, fica claro que os valores de uma empresa estão ligados intrinsecamente a um dos pilares da cultura organizacional e por este motivo a organização deve adotar uma cultura organizacional que permita com que os valores passados por ela sejam colocados em prática.

A cultura em seu significado geral influencia e recebe influências do meio social e sistemas no qual está inserida. Neste sentido, o mesmo ocorre dentro das organizações onde elas podem influenciar ou até mesmo receber influência do meio social que as compõem.

Oliveira (1988, p. 34) define cultura organizacional a qual ele denomina de cultura empresarial, como o “conjunto de valores e crenças vigentes na organização e aos comportamentos individuais e coletivos decorrentes”. Neste contexto, pode-se inferir que para o autor a cultura organizacional está enraizada na empresa não podendo ser mudada repentinamente.

Segundo Chiavenato (2014), muitos aspectos da cultura são percebidos facilmente enquanto outros estão implícitos e de difícil percepção, como exemplo de divisão dessas características em explícitas e implícitas Chiavenato (2014) elaborou o “iceberg da cultura organizacional” expresso na Figura 1.

Figura 1 – O iceberg da cultura organizacional



Fonte: Chiavenato (2014, p. 154).

No topo da pirâmide ficam os elementos que são formais e abertos, ou seja, que são facilmente percebidos pelos colaboradores de uma empresa. Pertencentes a este primeiro bloco temos os fatores que uma organização deixa explícito e de livre consulta para seus funcionários, sendo eles os que todos devem saber e acompanhar diariamente em sua rotina. Todavia, cabe salientar que os componentes explícitos são aqueles que o indivíduo consegue facilmente perceber, visualizar, aceitar ou algumas vezes aceitar sem ciência do ocorrido.

Do corpo ao alicerce da pirâmide estão localizados os aspectos informais e ocultos, ou seja, aqueles que não são visíveis e são intangíveis, mas que são tão importantes quanto os aspectos formais e abertos para a cultura organizacional da empresa.

Tomando como referência os conceitos expostos acima, fica claro que a cultura organizacional é um conjunto de aspectos que estão implícitos ou explícitos a seus colaboradores, estes aspectos são os responsáveis por sua formação. Neste sentido, Chiavenato realiza uma analogia com a figura do *iceberg* idealizando que a menor parte do bloco de gelo que fica visível sob a linha da água representa o que é visualizado para todos os funcionários inseridos na companhia, já a maior parte que fica abaixo da linha da água reflete os aspectos “invisíveis” ou de difícil percepção dos colaboradores.

2.2 Impactos da cultura organizacional

A cultura organizacional adotada por uma empresa reflete sua imagem tanto para seus funcionários quanto para a sociedade, ela é a responsável por estruturar a identidade de uma organização no mercado em que se está inserida. Schein (2009) afirma que a cultura é um fenômeno dinâmico que cerca as pessoas em todos os momentos, que tem seu desempenho e criação resultantes das interações com os outros e moldado por comportamento de liderança, além das estruturas, rotinas, regras e normas que servem para restringir e orientar o comportamento.

Para Dias (2013), quanto mais sólida a cultura organizacional de uma empresa mais forte é seu impacto na eficácia da organização de forma geral, pois cada colaborador pertencente a ela segue seus valores sem questionamentos, enquanto uma organização que adota uma cultura organizacional fraca tende a fornecer diretrizes meramente amplas a seus funcionários sem um direcionamento real que faça com que os mesmos sintam o impacto que esta pode causar no resultado global da empresa.

Neste sentido, cabe salientar a importância dos valores dentro de uma organização, através deles os colaboradores sabem como manter sua conduta e qual será o caminho a ser seguido para atingir as metas traçadas pela estratégia da empresa. Os valores quando bem estruturados e repassados de forma sólida pela organização tornam-se regras saudáveis a serem seguidas dentro do ambiente laboral, facilitando assim a busca de todos os funcionários para o bem comum da empresa.

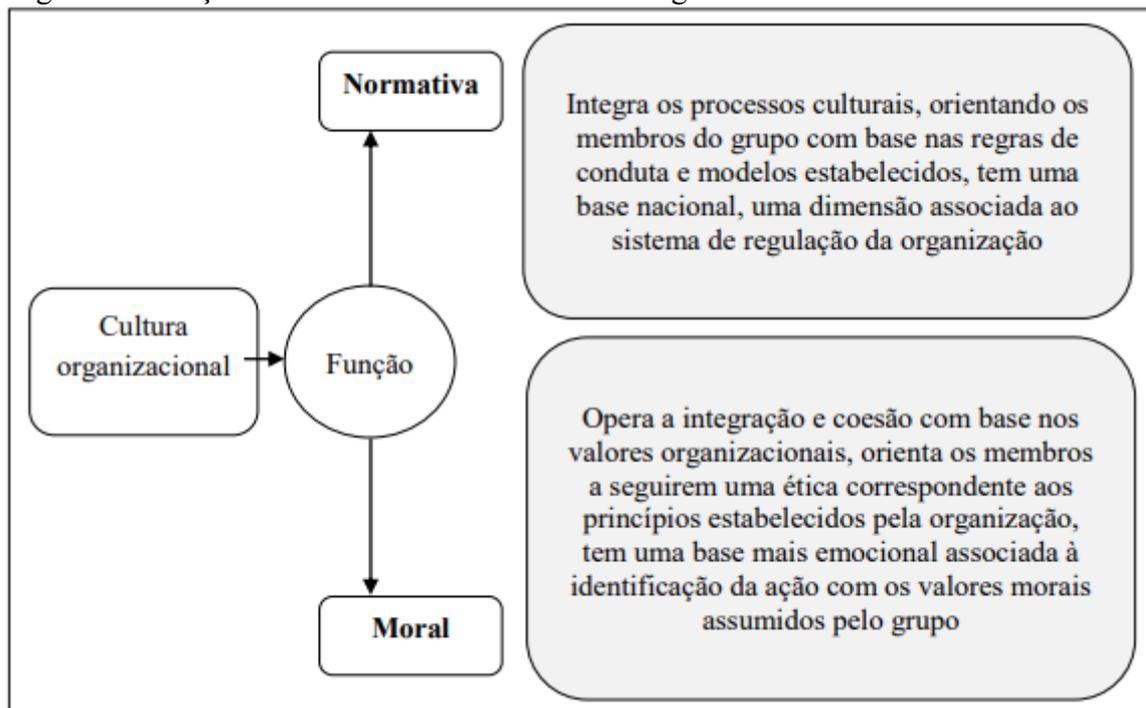
Newstrom (2008) descreve brevemente os benefícios da cultura organizacional ressaltando que esta oferece uma identidade organizacional para seus funcionários. Ou seja, é

a responsável por fornecer uma visão que retrata tudo aquilo o que a organização representa e, conseqüentemente, tudo aquilo que os colaboradores representam e que valores estes defendem por compor esse grupo.

Para Robbins (2010) a cultura organizacional serve como uma fonte de estabilidade para os indivíduos pertencentes a organização, além de ser uma fonte de conhecimento para que os funcionários tenham ciência do ambiente que estão inseridos e para que os novos funcionários saibam como a conduta deverá ser seguida dentro da organização.

Dias (2013) agrupa a função da cultura organizacional em dois grupos, sendo um de funções normativas e o segundo de funções morais. Neste sentido, o autor entende que ambas as funções têm o fito de integrar e promover a coesão da organização, a divisão está estruturada na Figura 2.

Figura 2 – Funções normativa e moral da cultura organizacional



Fonte: Dias (2013, p. 238).

Torna-se evidente, portanto, que a cultura organizacional é a responsável por manter a comunicação e facilitar que a identidade organizacional (missão, visão e valores) da empresa seja repassada. A cultura é o agente facilitador para que esta seja do conhecimento de todos e que seja colocada em prática pelos funcionários da organização.

3 A IMPORTÂNCIA DOS VALORES NO MEIO ORGANIZACIONAL

De acordo com Mendes e Tamayo (1999), os valores fazem parte de uma dialética de manutenção e de transformação dos comportamentos humanos pela socialização e aprendizagem permanentes, sendo, por isso, valiosos para as instituições que desejam modelar comportamentos em função de seus interesses.

Os valores pessoais e organizacionais são responsáveis por nortear os pensamentos e crenças a serem seguidos, estes existem para fazer com que a conduta dos que os detém seja embasada no que os mesmos acreditam ser certo ou errado, prioritário ou não prioritário. Neste viés, pode-se ressaltar que os valores pessoais muitas vezes entram em conflito com os valores organizacionais adotados pela empresa no qual estão inseridos, uma vez que o que é prioritário e certo para o funcionário pode não ser tão importante assim na conduta disseminada pela organização.

Este capítulo aborda a importância e relação dos valores pessoais e organizacionais dentro de um ambiente laboral, o quanto estes podem afetar o ambiente e sua importância para a conduta estabelecida dentro da empresa.

3.1 A importância dos valores pessoais na rotina laboral dos trabalhadores

Todo indivíduo possui seus próprios valores acerca da vivência humana, cada ser pensante age conforme sua ética e princípios que julgam certo ou errado, este julgo é adquirido ao longo da vida e aplicado na rotina humana individual de cada ser. Neste sentido, pode-se afirmar que há uma forte tendência de o ser humano buscar nos valores organizacionais da empresa no qual se está inserido, seus próprios valores e princípios pessoais, tendo em vista que a maior parte de seu dia é vivenciada dentro do ambiente laboral.

Schwartz e Bilsky (1987) elaboraram uma teoria que incorpora as principais características dos valores destacadas nas obras de Rokeach (1973). Segundo ele, os valores individuais são como metas individuais situacionais que expressam interesses comuns a um tipo motivacional. Para Schwartz (1994) essa definição explicita três componentes considerados básicos e universais na natureza humana: necessidades biológicas, necessidades de interação social estável e necessidades de sobrevivência dos grupos.

A partir dessas necessidades, Schwartz (1992) identificou dez tipos de valores e estabeleceu as metas motivacionais representadas por cada um deles, estas estão estruturadas na Figura 3.

Figura 3 – Estrutura Circular dos valores segundo Schwartz (1992)



Fonte: Schwartz (1992).

Schwartz (2005) desenvolveu uma estrutura circular para expor a sua teoria ressaltando os tipos motivacionais, os fatores de segunda ordem e as relações de compatibilidade e conflito. Na estrutura, quanto mais próximo um polo motivacional estiver do outro, maior será a probabilidade de compatibilidade e quanto mais distante, maior será o conflito entre eles.

Para Schwartz e Bilsky (1987) esta estrutura é constituída pelo conteúdo motivacional dos valores que determina as semelhanças e diferenças existentes entre eles e pelas relações entre os diversos domínios axiológicos, decorrentes das suas compatibilidades e contradições. A estrutura é constituída pelo conteúdo motivacional dos valores determinantes quanto as semelhanças e as diferenças existentes entre eles, formando assim o polo motivacional. Portanto, a estrutura universal dos valores é como uma matriz de tipo motivacional que se pode inserir todos os valores.

Segundo Schwartz (1992), os dez tipos de valores agrupam-se em quatro tipos de valores de ordem superior. Estes valores se constituem em polos opostos sendo: polo da Abertura à Mudança versus polo da Conservação, opõe a ênfase na independência de ação e pensamento à auto restrição que promove a preservação da estabilidade. Polo da Autotranscedência versus o polo da Autopromoção, demonstrando o conflito entre busca de sucesso pessoal e poder sobre os outros com a busca pelo bem-estar dos outros.

Conforme explicitado por Schwartz (1992), esses dez tipos motivacionais podem ser classificados em quatro tipos motivacionais de segunda ordem, sendo eles: 1. Autopromoção – agrega poder, hedonismo e realização; 2. Autotranscedência – agrupa universalismo e benevolência; 3. Abertura à mudança – agrega hedonismo, estimulação e autodeterminação; 4. Conservação – inclui segurança, conformidade e tradição.

O modelo adotado por Schwartz (1992) prevê a estrutura como sendo dinâmica entre os tipos motivacionais de forma que os indivíduos tendam a apresentar uma alta prioridade para tipos motivacionais compatíveis e, conseqüentemente, baixa prioridade para os tipos motivacionais em conflito.

3.2 A importância dos valores organizacionais no ambiente laboral

Ao contrário dos valores individuais, que são considerados como indicadores da motivação do indivíduo, os valores organizacionais tratam das percepções compartilhadas pelos colaboradores de uma certa organização.

Tamayo e Borges (2006) afirmam que a realidade organizacional é constituída pelo pensamento coletivo da organização, ou seja, por meio de modelos mentais compartilhados entre seus colaboradores. Todavia, quando modelos mentais ou os valores pessoais divergem de um funcionário para outro acabam-se produzindo visões diferentes acerca da empresa sob a perspectiva de cada indivíduo.

Para Oliveira e Tamayo (2004), ao ingressar na organização o indivíduo leva consigo os valores pessoais desenvolvidos durante sua vivência social. Entretanto, os valores organizacionais antecedem a entrada dos funcionários dentro da empresa e por este motivo acabam sendo criados conflitos entre os valores pessoais e os valores organizacionais por uma amostra de funcionários.

Para Tamayo e Gondim (1996), a função dos valores é orientar a vida da organização e guiar o comportamento dos seus membros, delimitando a forma de agir, pensar e julgar das pessoas. Neste sentido, entende-se que os valores organizacionais são os responsáveis por manter a conduta e a postura dentro das organizações, de forma que estes obedeçam aos requisitos estabelecidos dentro do contexto de sua cultura organizacional.

Segundo Tamayo (2007), os valores organizacionais estabelecem um conjunto específico de infinitas particularidades dentro desse universo, pois a organização faz definições desde o momento de sua fundação. Neste sentido, por meio dos valores a organização expõe

suas metas e se declara como diferente na sociedade e no mundo considerado VICA (volátil, incerto, complexo e ambíguo).

Oliveira e Tamayo (2004), ao estudarem valores organizacionais, tendo como base a relação destes com valores pessoais básicos do indivíduo de acordo com Schwartz (1992), apresentaram a estrutura que segue abaixo para os valores organizacionais, composta por oito tipos motivacionais.

1º Fator – Realização: enaltecimento da competência para alcançar o sucesso da organização e dos colaboradores.

2º Fator – Conformidade: enaltecimento do respeito às regras e modelos de comportamento no ambiente laboral e no relacionamento com as demais empresas de mercado.

3º Fator – Domínio: enaltecimento do poder, objetiva a obtenção de “status”, controle sobre recursos, mercados e indivíduos.

4º Fator – Bem-estar: enaltecimento da satisfação dos colaboradores no que se refere a qualidade de vida no trabalho.

5º Fator – Tradição: enaltecimento dos costumes e práticas ilustres.

6º Fator – Prestígio: enaltecimento do prestígio organizacional na sociedade diante de produtos.

7º Fator – Autonomia: enaltecimento de desafios, busca de constante aperfeiçoamento, curiosidade, definição de metas profissionais dos colaboradores e variedade de experiências.

8º Fator – Preocupação com a coletividade: enaltecimento do relacionamento com indivíduos próximos da comunidade.

Para Oliveira e Tamayo (2004) esses fatores de valores organizacionais têm sua origem nos valores pessoais e ambos possuem características comuns, uma vez que ambos possuem, entre outros, componentes motivacionais e a função de orientar comportamentos: os valores pessoais orientam a vida das pessoas e os organizacionais a vida das organizações. Com base no exposto, os autores ainda associaram os valores organizacionais à estrutura básica de valores pessoais de Schwartz (1992) alinhando às estruturas bipolares exploradas no tópico anterior.

4 MÉTODO DE PESQUISA

Ao focar na importância da cultura organizacional para a prática dos valores empregados por uma organização, torna-se relevante analisar, sob a perspectiva dos colaboradores, a vivência dos valores da empresa de eletroportáteis no contexto de sua cultura organizacional e as políticas empregadas por esta para que isto aconteça. Para melhor compreensão, foi realizada uma escala online com os colaboradores do setor administrativo da organização em estudo, que conseqüentemente, têm condições para mensurar o grau de impacto da cultura organizacional para a prática dos valores empregados.

4.1 Classificação da pesquisa

A presente pesquisa possui uma abordagem quantitativa, pois segundo Diehl (2004) este tipo de pesquisa faz uso da quantificação, tanto na coleta quanto no tratamento das informações, utilizando-se técnicas estatísticas, tendo como objetivo resultados que evitem possíveis distorções de análise e interpretação, possibilitando uma maior margem de segurança.

Quanto aos fins, a pesquisa está classificada como descritiva, pois nesta tipologia de pesquisa os fatos são observados, analisados, registrados, classificados e interpretados sem que o pesquisador possa interferir nela. Além disso, sobre a pesquisa descritiva, Mascarenhas (2012) ainda pontua que o questionário e a observação são seus principais instrumentos, e ambos se fazem presentes neste estudo.

Quanto aos procedimentos, a pesquisa está classificada como documental, pois segundo Fonseca (2002) este tipo de procedimento recorre a fontes mais diversificadas e dispersas, sem tratamento analítico, tais como: tabelas estatísticas, jornais, revistas, relatórios, documentos oficiais, cartas, filmes, fotografias, pinturas, tapeçarias, relatórios de empresas, vídeos de programas de televisão, etc. No caso deste estudo em específico, foram utilizadas tabelas para uma melhor visualização dos resultados.

4.2 Instrumento de coleta de dados

Em um primeiro momento foi aplicada uma escala online dividida em duas partes. A primeira parte é composta por cinco perguntas de determinação de perfil. A segunda parte se constitui de uma escala criada pela autora na plataforma online Google Forms, as perguntas elencadas no instrumento encontram-se disponíveis no Apêndice 1. Cabe salientar que as

assertivas desta escala foram elaboradas pela autora deste estudo de acordo com o referencial teórico da pesquisa.

Neste sentido, a primeira seção do questionário está estruturada com cinco perguntas obrigatórias de determinação de perfil, sendo estas todas objetivas. Seguem as determinações solicitadas.

- a) Faixa etária;
- b) Gênero;
- c) Estado civil;
- d) Tempo de serviço na empresa; e
- e) Setor de atuação.

Em um segundo momento, a escala de 15 perguntas é apresentada com as opções que variam em: Não se Aplica; Aplica-se Parcialmente e Aplica-se Totalmente. Cabe salientar que os níveis da escala foram criados pela discente e sua orientadora.

Em um terceiro e último momento da pesquisa estão enumeradas as duas últimas perguntas. Estas se referem a ciência dos colaboradores quanto aos valores da empresa e quais deles coincidem com os valores pessoais de cada indivíduo respectivamente.

4.3 Técnica de coleta de dados

A escala foi criada pela autora sendo estruturada à luz do referencial teórico e tendo como principal objetivo atingir os objetivos geral e específicos da pesquisa. Posteriormente a mesma foi encaminhada para a orientadora com o fito de obter uma avaliação antes que a mesma fosse direcionada a amostra selecionada.

Em um primeiro momento, a escala elaborada foi repassada via e-mail para a coordenadora do setor de gente da empresa de eletroportáteis para que a mesma realizasse a validação das assertivas e autorizasse a aplicação da escala nos setores do administrativo da organização. Após uma semana a mesma retornou autorizando a aplicação da escala, desde que fosse direcionada a setores específicos do administrativo da empresa, não sendo autorizado o repasse a todo o administrativo da organização. Além disso, o envio deveria ser realizado por e-mail com cópia oculta para os colaboradores.

Em um segundo momento, os colaboradores da empresa pertencentes aos setores selecionados pela autora da pesquisa receberam um e-mail solicitando sua participação em uma pesquisa realizada por uma colaboradora que busca analisar como os valores organizacionais de uma empresa do ramo de eletroportáteis são colocados em prática no contexto de sua cultura

organizacional, deixando claro que a pesquisa realizada é de caráter anônimo e os dados serão compartilhados apenas com a pesquisadora, sua orientadora e, posteriormente, com o setor de gente da organização estudada.

Cabe ainda salientar que o e-mail de solicitação contendo o link da escala foi encaminhado uma vez pela pesquisadora para 55 funcionários de setores específicos escolhidos pela autora de acordo com a acessibilidade dos mesmos. Além disso, cabe ressaltar que a amostra de 55 funcionários citada anteriormente equivale a 100% dos funcionários inseridos nos setores selecionados. O retorno foi obtido por 42 funcionários de todos os setores encaminhados, ou seja, o equivalente a 76,37% da amostra, não sendo participantes somente 23,63% da amostra de colaboradores escolhidos no qual o e-mail foi encaminhado. Por fim, os dados foram expostos no tópico 4.5.

4.4 Locus da pesquisa

A organização em estudo é uma multinacional do ramo de eletroportáteis localizada na cidade de Maranguape, região metropolitana de Fortaleza, no bairro Coité. A empresa está a mais de 40 anos no mercado brasileiro e é classificada como uma multinacional do ramo de eletroportáteis, sendo seus produtos de cuidados para o lar, cuidados pessoais e ventilação.

Sua missão e visão são pautadas na satisfação dos clientes, fazendo com que os produtos oferecidos pela empresa sejam responsáveis por enriquecer a experiência de vida das pessoas.

Outrossim, cabe ressaltar que não foi autorizado pelo setor de gente da empresa a identificação da organização estudada na pesquisa realizada, sendo solicitado que a mesma seja retratada de forma discreta e concisa.

4.5 Sujeitos da pesquisa

A pesquisa abrange uma amostra de 42 funcionários o equivalente a 76,37% dos setores de Administração de Vendas, Comercial, Almoxarifado, Compras, Controladoria, *E-commerce*, Engenharia, Qualidade, Financeiro, Fiscal, Gestão de Pessoas, Logística, *Marketing*, Planejamento Estratégico, Produtos, Pós-Vendas, Suprimentos, Tecnologia da Informação e *Trade Marketing* de uma empresa do ramo de eletroportáteis localizada em Maranguape no estado do Ceará, com idade, gênero, estado civil, tempo de empresa e setores variados.

O link com a escala foi encaminhado para 55 colaboradores dos setores selecionados de acordo com a orientação recebida do setor de gente da organização. Todavia, somente 42 pessoas responderam a escala elaborada, ou seja, 76,37% dos colaboradores participaram da escala. Além disso, cabe ainda ressaltar que apesar de nem todos os funcionários dos setores selecionados terem respondido, uma amostra de cada setor foi coletada, uma vez que foram obtidas respostas de todos os setores encaminhados.

4.6 Apresentação e análise dos dados

Para a análise dos dados deste estudo foi utilizada a estatística descritiva que segundo Huot (2002) é o conjunto das técnicas e das regras que resumem a informação recolhida sobre uma amostra ou uma população, e isso sem a perda de informação e sem distorção. A estatística descritiva foi empregada através de tabelas utilizadas para uma melhor visualização e percepção da amostra e, principalmente, para a análise dos dados coletados.

Os dados foram apresentados em forma de tabelas para uma melhor visualização e compreensão dos mesmos. Além disso, a análise foi feita a partir dos resultados coletados na escala aplicada com a amostra de colaboradores da organização de eletroportáteis à luz do referencial teórico.

5 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo encontram-se as informações sobre o perfil dos entrevistados, assim como os dados coletados e a análise dos mesmos, que foi feita com base na escala aplicada via Google Forms com uma amostra de 42 colaboradores respondentes do setor administrativo da organização do ramo de eletroportáteis. Os dados serão analisados de acordo com os objetivos geral e específicos desta pesquisa, tendo como base o referencial teórico explanado.

Neste viés, cabe expor os valores organizacionais adotados pela organização em estudo.

- De bem com a vida: contribuir sempre para um ambiente saudável, alegre e em união ao nosso entorno;
- Agir como dono: promover um incansável foco no resultado global, cuidando de todos ao meu redor, motivando e educando na busca de melhoria contínua, autonomia e visão empreendedora através de ações corajosas e ousadas que permitem erros e acertos na busca do bem de todos;
- Cuidado com o próximo: fazer com o outro o que gostaria que fizesse comigo. Respeitando e abraçando as diferenças; e
- Compromisso com a verdade: agir com respeito, sinceridade e transparência para o bem comum.

5.1 Perfil dos respondentes

A pesquisa realizada contou com 42 respondentes da empresa de eletroportáteis dos setores de Administração de Vendas, Comercial, Almoxarifado, Compras, Controladoria, E-commerce, Engenharia, Qualidade, Financeiro, Fiscal, Gestão de Pessoas, Logística, *Marketing*, Planejamento Estratégico, Produtos, Pós-Vendas, Suprimentos, Tecnologia da Informação e *Trade Marketing*.

Dos colaboradores respondentes, 35,7% possuem entre 26 a 35 anos, 31% entre 36 a 45 anos e 16,7% possuem entre 18 a 24 anos e 54 a 55 anos respectivamente. Quanto ao gênero dos respondentes 51,4% correspondem a mulheres e 47,6% a homens. Para um melhor aprofundamento da pesquisa foi perguntado o estado civil dos colaboradores onde 54,8% são casados (as), 38,1% solteiros (as) e 2,4% divorciado (a), viúvo (a) e relação estável, respectivamente. Ao final foi questionado quanto ao tempo de serviço na empresa os resultados

foram percentualmente equilibrados e divididos, sendo 28,6% afirmam estarem a 2 a 5 anos na organização, 26,2% a mais de 10 anos, 23,8% de 0 a 2 anos e 21,4% entre 5 a 10 anos de empresa.

5.2 Os valores organizacionais da empresa de eletroportáteis colocados em prática no contexto de sua cultura organizacional

Para a análise abordada foi necessário que os colaboradores inseridos na empresa tivessem total conhecimento acerca dos valores organizacionais para que pudessem responder a esta pesquisa. Para a coleta dessa informação, foi colocado um questionamento inicial onde os respondentes deveriam marcar um único item que continha corretamente todos os valores da empresa. Neste questionamento 31 colaboradores marcaram o único item correto, tendo como conseguinte 11 colaboradores que marcaram os demais itens incorretos, onde havia valores organizacionais de outras instituições mesclados com os adotados pela empresa de eletroportáteis.

Para que uma organização se desenvolva e possua um bom funcionamento é necessário que os valores organizacionais adotados por ela sejam colocados em prática de forma assídua na rotina laboral de seus colaboradores. Para Chiavenato (2014), muitos aspectos da cultura são percebidos facilmente enquanto outros estão implícitos e de difícil percepção. Neste sentido, a escala foi elaborada visando obter resultados a respeito de como os valores organizacionais da empresa de eletroportáteis são colocados em prática no contexto de sua cultura organizacional.

Tabela 1 – Como os valores organizacionais de uma empresa de eletroportáteis são colocados em prática no contexto de sua cultura organizacional.

Assertivas	Não se aplica	Aplica-se parcialmente	Aplica-se totalmente	Total de respondentes
Os valores da organização são de conhecimento de todos os seus colaboradores	01	21	20	42
A cultura organizacional da empresa é transparente e acessível a seus colaboradores	00	24	18	42
Os valores adotados pela empresa tornam os objetivos da mesma tangíveis	01	25	16	42
Os valores organizacionais impactam nos resultados globais da empresa	01	18	23	42
A cultura organizacional adotada pela empresa permite que os valores sejam colocados em prática na rotina laboral	01	26	15	42
Os valores organizacionais são percebidos no cotidiano da rotina laboral	05	29	08	42
Seu gestor está continuamente ressaltando a importância dos valores da organização em suas atividades	07	16	19	42

Fonte: Elaborado pela autora (2022)

No primeiro momento foi observado que a maior quantidade de respondentes da pesquisa conhece os valores adotados pela empresa de eletroportáteis, isso reflete o domínio da maioria dos respondentes acerca dos valores da empresa, conseqüentemente, a cultura organizacional adotada pela mesma permite que os valores sejam transmitidos a seus funcionários. A cultura organizacional é a principal ferramenta para o conhecimento e elaboração dos valores de uma organização pois, de acordo com Chiavenato (2014), o primeiro passo para conhecer uma organização é conhecer sua cultura.

Nas primeiras sete sentenças da escala, os resultados foram perceptivelmente satisfatórios, tanto quanto ao conhecimento dos valores organizacionais quanto aos questionamentos elencados acerca de como a organização realiza a disseminação destes dentro do ambiente organizacional no contexto de sua cultura organizacional. Os resultados satisfatórios atendem a afirmação citada por Dias (2013) de que quanto mais sólida a cultura organizacional de uma empresa mais forte é seu impacto na eficácia da organização de forma geral.

Em contrapartida, é observado um índice de colaboradores que não percebem os valores organizacionais em sua rotina laboral e na fala de seus gestores, o que pode resultar em corolários negativos dentro das atividades destes funcionários e, conseqüentemente, no seguimento dos setores dos mesmos, uma vez que, conforme explicitado por Chiavenato (2014) na Figura 1 (exposta no referencial teórico) existem aspectos da cultura organizacional

explícitos e implícitos, sendo os explícitos de conhecimento de todos os seus colaboradores e os implícitos são aqueles que não são visíveis e são intangíveis.

Neste conceito, é evidente para o autor que a cultura organizacional e seus valores são a base para o bom funcionamento da empresa, ou seja, são esses fatores responsáveis pela execução dos processos organizacionais, quando estes não são percebidos (como foi marcado por indivíduos que responderam “não se aplica”) os processos tendem a ficar mais lentos e problemáticos.

Além disso, segundo Schein (1992) os maiores influenciadores da cultura organizacional são os fundadores e as principais lideranças da empresa, sendo estes os definidores do modelo de gestão por terem o poder máximo dentro da organização, impondo suas convicções pessoais e seu jeito próprio de fazer as coisas acontecerem. Neste sentido, torna-se relevante ressaltar que os líderes também são responsáveis por fazer com que os valores organizacionais sejam do conhecimento de todos os seus liderados.

As respostas coletadas nesta primeira análise vão de acordo com o pensamento de Tamayo e Borges (2006) que afirmam que a realidade organizacional é constituída pelo pensamento coletivo da organização, ou seja, por meio de modelos mentais compartilhados entre seus colaboradores.

Com isso, pode-se afirmar que os colaboradores respondentes conseguem ter conhecimento dos valores da organização de eletroportáteis através da cultura organizacional empregada pela empresa de eletroportáteis, sendo esta acessível e transparente para todos os seus funcionários.

5.3 A existência de políticas da empresa de eletroportáteis na aplicação de seus valores organizacionais

Os valores organizacionais são os principais responsáveis por manter a conduta e postura dentro das organizações, estes são estabelecidos diretamente de acordo com a cultura organizacional adota pela empresa. Por este motivo os dados analisados nesta seção vão de acordo com o pensamento dos autores Tamayo e Gondim (1996) que já afirmavam que a função dos valores é orientar a vida da organização e guiar o comportamento de seus membros, delimitando a forma de agir, pensa e julgar das pessoas.

Tabela 2 – A existência de políticas em uma empresa de eletroportáteis para a aplicação de seus valores organizacionais

Assertivas	Não se aplica	Aplica-se parcialmente	Aplica-se totalmente	Total de respondentes
Existe um processo formal para debater, avaliar e revisar a estratégia e o alinhamento da cultura organizacional	17	16	09	42
A cultura organizacional da empresa é repassada de forma sólida e concisa entre seus colaboradores	01	27	14	42
A política da empresa permite a prática dos valores adotados por ela	03	23	16	42

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

No primeiro momento fica evidente que a maioria dos colaboradores da empresa de eletroportáteis não concorda com a existência de um processo formal para debater, avaliar e revisar a estratégia e o alinhamento da cultura organizacional por parte da organização com seus funcionários. Por conseguinte, a ausência de políticas formais elaboradas e estruturadas pela organização pode acarretar em problemas quanto a identidade organizacional de seus colaboradores, uma vez que Newstrom (2008) ressalta brevemente os benefícios da cultura organizacional ressaltando que o conhecimento desta oferece ao funcionário a visualização de uma identidade organizacional, ou seja, sendo a cultura organizacional a principal responsável por fornecer uma visão de tudo aquilo que a organização representa e, por consequência, tudo que os colaboradores representam. Neste viés, é de suma importância que a empresa de eletroportáteis busque caminhos formais para que seus funcionários estejam cientes e abertos a cultura organizacional adotada pela mesma.

Em um segundo momento quando se é questionado se a cultura organizacional da empresa de eletroportáteis é repassada de forma sólida e concisa entre seus colaboradores, os resultados são significativamente positivos, o que indica contradição nas respostas dadas pelos colaboradores, uma vez que estes afirmam que não existem processos diretamente formais para a disseminação da cultura organizacional da empresa em estudo. Neste sentido, é contraditório assegurar que a cultura é repassada de forma sólida e concisa, como afirmado na sentença anterior, pois como elencado pelos respondentes não existem políticas formais dentro da organização para a propagação da cultura organizacional adotada pela empresa. Com isso, pode-se supor que haja processos informais internos da empresa que fazem com que a cultura organizacional seja do conhecimento de todos os seus colaboradores, mas processos informais não garantem que as informações sejam repassadas de forma concisa.

Ao fim dos questionamentos relacionados ao objetivo desta seção, foi questionado se a política da empresa de eletroportáteis permite a prática dos valores adotados por ela, os

resultados foram positivos tornando evidente que as políticas usuais adotadas pela organização fazem com que seus valores sejam colocados em prática no ambiente organizacional. Em consonância com o afirmado pode-se destacar o pensamento de Tamayo (2007) que afirma que os valores organizacionais estabelecem um conjunto específico de infinitas particularidades dentro desse universo, pois a organização faz definições desde o momento de sua fundação. Neste sentido, torna-se responsabilidade da organização fazer com que suas políticas permitam a execução dos valores na rotina laboral, uma vez que estes estão alicerçados com a história da empresa.

5.4 A vivência dos valores da empresa de eletroportáteis no contexto de sua cultura organizacional

Para esta última análise é necessário compreender que os colaboradores responderam a estes itens da escala de acordo com seus valores pessoais, uma vez que Oliveira e Tamayo (2004) afirmam que ao ingressar na organização o indivíduo leva consigo os valores pessoais desenvolvidos durante sua vivência pessoal. Neste sentido, quando explicitados os itens elencados na Tabela 3, os respondentes sentem-se à vontade para expressar seus valores pessoais em consonância com os valores organizacionais.

Tabela 3 – A perspectiva dos colaboradores sobre a vivência dos valores da empresa de eletroportáteis no contexto de sua cultura organizacional

Assertivas	Não se aplica	Aplica-se parcialmente	Aplica-se totalmente	Total de respondentes
Seus valores pessoais vão de encontro aos valores organizacionais adotados pela empresa	04	17	21	42
Você observa a prática dos valores em suas atividades	04	19	19	42
Você se sente representado com os valores adotados pela organização	04	20	18	42
Os valores organizacionais empregados são os mesmos valores que você espera de uma organização	02	21	19	42
Você acredita que os valores organizacionais e a cultura organizacional adotados pela empresa refletem quem ela é	02	23	17	42

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

No primeiro momento foi observado um número mínimo de pessoas que negam que seus valores pessoais vão de encontro aos valores organizacionais adotados pela empresa de eletroportáteis, estes mesmos respondentes negam também que observam a prática dos valores

organizacionais em suas atividades e negam que se sentem representados pelos valores adotados pela organização. Este resultado pode ser analisado através da estrutura circular dos valores segundo Schwartz (1992) que deixa explícito os tipos motivacionais, os fatores de segunda ordem e as relações de compatibilidade e conflito.

Na explicação da estrutura, quanto mais próximo um polo motivacional estiver do outro, maior será a probabilidade de compatibilidade e quanto mais distante, maior será o conflito entre eles. Com isso, pode-se inferir que os mesmos quatro respondentes da pesquisa que negam totalmente as afirmações descritas podem acarretar problemas para o desenvolvimento de suas atividades, falta de interesse na aprendizagem de novas tecnologias e, conseqüentemente, baixa determinação para atingir as metas globais da organização.

O modelo adotado por Schwartz (1992) prevê a estrutura como sendo dinâmica entre os tipos motivacionais de forma que os indivíduos tendam a apresentar uma alta prioridade para tipos motivacionais compatíveis e, conseqüentemente, baixa prioridade para os tipos motivacionais em conflito.

Em contrapartida, é observado um grande índice de colaboradores que aprovam positivamente a vivência dos valores organizacionais adotados pela empresa, ou seja, que concordam que estes valores escolhidos refletem a organização, afirmam que os valores organizacionais coincidem com seus valores pessoais, observam a prática dos mesmos em suas atividades laborais e sentem-se representados por eles. Fica claro, portanto, que estes respondentes estão longe de tipos motivacionais em conflito, conforme o modelo exposto por Schwartz (1992).

Ademais, cabe salientar que com o grande índice de respostas positivas nas assertivas elencadas, esta empresa tende a ser mais flexível e eficaz no alcance de suas metas globais, pois seus funcionários trabalham assíduos e motivados para que estas sejam realizadas. Esta conclusão é baseada na afirmação de Oliveira e Tamayo (2004), onde os fatores organizacionais têm sua origem nos valores pessoais e ambos possuem características comuns, uma vez que ambos possuem, entre outros, componente motivacionais e a função de orientar comportamentos, como afirmado pela maioria dos funcionários na item em que se infere que os valores pessoais destes vão de encontro aos valores organizacionais adotados pela empresa de eletroportáteis.

Por fim, através da análise realizada fica clara a existência dos valores organizacionais da empresa de eletroportáteis no ambiente organizacional, uma vez que os resultados da amostra de colaboradores coletada apresenta dados positivos acerca da postura da empresa em relação a seus valores organizacionais adotados.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando uma organização decide iniciar o processo de criação de sua própria identidade, o estabelecimento de valores, missão, visão e sua cultura organizacional são os principais fatores para definir o que antes foi desenhado no papel. Em consonância, essas ferramentas devem ser vistas pela gestão como sendo os principais agentes responsáveis por atingir os resultados globais da empresa.

A cultura organizacional auxilia no direcionamento dos colaboradores acerca de qual postura se deve adotar dentro de uma empresa, fortalecer a imagem da instituição e, principalmente, disseminar os valores adotados por ela. A importância dos valores organizacionais é dada pelo fato de fazer com que os colaboradores entendam seu papel dentro de uma organização e visualizem qual conduta devem seguir dentro do ambiente laboral, além de, na maioria das vezes, coincidir com os valores individuais de cada funcionário fazendo com que estes se sintam cada vez mais inseridos no ambiente organizacional no qual pertencem.

Durante a análise dos resultados se torna evidente que o objetivo específico que tem por finalidade identificar a existência de políticas de uma empresa de eletroportáteis para a aplicação de seus valores organizacionais foi atingido quando os funcionários afirmaram que a organização não possui uma estratégia formal para divulgar os valores adotados por ela, mas suas políticas usuais acabam fazendo com que estes sejam do conhecimento de todos os inseridos em seu meio, além de afirmarem que a cultura organizacional da empresa é repassada de forma sólida e concisa entre os seus funcionários.

Outrossim, o segundo objetivo específico da pesquisa que tem por fito analisar sob a perspectiva dos colaboradores a vivência dos valores da empresa de eletroportáteis no contexto de sua cultura organizacional foi atingido quando os respondentes afirmaram que os valores da organização refletem que a mesma é, vão de encontro aos valores pessoais dos respondentes e são os mesmos que eles esperam de uma empresa, além de observá-los durante a execução de suas atividades.

Ademais, o último objetivo específico do estudo quem tem por finalidade identificar a existência dos valores organizacionais da empresa de eletroportáteis no ambiente organizacional foi atingido após as assertivas elencadas acerca dos valores organizacionais coincidirem com os valores pessoais dos colaboradores, ou seja, já que eles combinam entre si e são percebidos pelos funcionários, conseqüentemente os valores organizacionais são inseridos no ambiente empresarial.

O objetivo geral da presente pesquisa foi atingido após as respostas coletadas da escala se tornarem positivas quanto a disseminação dos valores através da cultura organizacional adotada pela empresa de eletroportáteis. A disseminação ocorre de maneira informal, uma vez que quando questionados sobre um processo formal de debate, avaliação e revisão as repostas foram em sua maioria negativas, ou seja, os respondentes não reconhecem nenhuma política formal adotada pela empresa para publicitar os valores organizacionais. Em contrapartida, fica claro através das respostas obtidas que a cultura organizacional da empresa é transparente e acessível a todos os seus funcionários, além de permitir que os valores organizacionais sejam colocados em prática na rotina laboral dos indivíduos.

Ao ser analisada a pesquisa pode-se perceber a resposta da questão do estudo ao longo da análise dos dados acerca de como os valores organizacionais de uma empresa de eletroportáteis são colocados em prática no contexto de sua cultura organizacional, fica explícito nas respostas dadas pelos colaboradores que a cultura organizacional da empresa é transparente e acessível a todos os seus colaboradores, além de os mesmos serem percebidos durante a rotina de trabalho e serem repassados de forma sólida e concisa a todos os seus funcionários.

A presente pesquisa teve como limitação a pouca quantidade de respondentes, uma vez que o ser levada ao setor de gente da empresa estudada para revisão das perguntas abordadas, foi orientado que a mesma fosse direcionada individualmente para uma amostra específica de colaboradores do setor administrativo da organização de eletroportáteis, desde que o e-mail fosse encaminhado em cópia oculta para evitar possíveis constrangimentos, haja vista que não seria abordado todos os setores do administrativo da empresa.

Por fim, visto a importância da cultura organizacional e dos valores organizacionais dentro de uma empresa tanto para os colaboradores quanto para o alcance de suas metas globais, torna-se necessário estudos posteriores dentro de organizações ou até mesmo da comunidade acadêmica acerca da existência destas duas vertentes imprescindíveis para a continuidade e permanência de uma instituição no mercado.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, L. C. G. **Gestão de pessoas: estratégias e integração organizacional**. São Paulo: Atlas, 2006.
- BARBIERI, U. F. **Gestão de pessoas nas organizações: conceitos básicos e aplicações**. São Paulo: Atlas, 2012.
- BASS, B. M.; AVOLIO, B. J. Transformational Leadership and Organizational Culture. **Public Administration Quarterly**, v. 17, n. 1, p. 113, 1993.
- BOGDAN, R; TAYLOR, S. **Introduction to qualitative research methods: a phenomenological approach to the social sciences**. New York: J. Wiley, 1975.
- CHIAVENATO, I. **Administração nos novos tempos: Os novos horizontes em administração**. 3. ed. Barueri: Manole, 2014.
- CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Tradução de Magda França Lopes. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.
- DIAS, R. **Cultura organizacional: Construção, consolidação e mudanças**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2013.
- DIEHL, A. A. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.
- FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.
- HUOT, R. **Métodos Quantitativos para as Ciências Humanas**. Tradução de Maria Luísa Figueiredo. Lisboa: Instituto Piaget, 2002.
- MENDES, A. M.; TAMAYO, A. Valores e vivências de prazer-sofrimento nas organizações. *In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO*. 1999, Foz do Iguaçu. **Anais...** Foz do Iguaçu: ANPAD, 1999. p. 23.
- NEWSTROM, J. **Comportamento organizacional: O comportamento humano no trabalho**. 12. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2008.
- OLIVEIRA, A. F.; TAMAYO, A. Inventário de perfis de valores organizacionais. **RAC**, Curitiba, v. 39, n. 2, p. 129-140, abr./jun. 2004.
- OLIVEIRA, M. A. **Cultura Organizacional**. São Paulo: Nobel, 1988.
- PORTO, J. B.; ROS, M.; TAMAYO, A. Escala de Valores Laborales: Un estudio de equivalência de estructuras. *In: CONGRESSO INTERAMERICANO DE PSICOLOGIA*, 39., 2003, Lima – Peru. **Resúmenes**. Lima - Peru: Sociedade Interamericana de Psicologia. p. 75.
- ROBBINS, S. P. **Fundamentos do comportamento organizacional**. 8. ed. São Paulo, SP: Pearson, 2010.

ROKEACH, M. Value systems in religion. **Review of Religious Research**, v. 11, n. 1, p. 3-23, 1973.

SCHEIN, E. H. **Comportamento organizacional e liderança**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SCHEIN, E. H. **Organizational culture and leadership**. 2. ed. San Francisco: Jossey-Bass, 1992.

SCHWARTZ, S. H. Are there universal aspects in the structure and contents of human values? **Journal of Social Issues**, v. 50, n. 1, p. 19-45, 1994.

SCHWARTZ, S. H. Universals in the content and structure of values: theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *In*: ZANNA, M. P. (ed.). **Advances in experimental social psychology**. San Diego: Academic, v. 24, p. 1-65, 1992.

SCHWARTZ, S. H. Valores Humanos Básicos: seu contexto e estrutura intercultural. *In*: TAMAYO, A.; PORTO, J.B. (org.). **Valores e comportamento nas Organizações**. Petrópolis: Vozes, p. 21-55. 2005.

SCHWARTZ, S. H.; BILSKY, W. T. A universal psychological structure of human values. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 53, p. 550-562, 1987.

TAMAYO, A. Contribuições ao Estudo dos Valores Pessoais, Laborais e Organizacionais. **Psicologia Teoria e Pesquisa**. v. 23, n. especial, p. 17-24, 2007.

TAMAYO, A. Valores Organizacionais: sua relação com satisfação no trabalho, cidadania organizacional e comprometimento afetivo. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 33, n.3, p. 56-63, jul./set. 1998.

TAMAYO, A.; BORGES, L. O. Valores do trabalho e valores da organização. *In*: ROS, M.; GOUVEIA, V. V. (ed.). **Psicologia social dos valores humanos**. São Paulo: Senac, 2006.

TAMAYO, A.; GONDIM, M. G. C. Escala de valores organizacionais. **Revista de Administração da USP**, v. 31, n. 2, p. 62-72, 1996.

APÊNDICE – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

ESCALA APLICADA A AMOSTRA DE COLABORADORES DA EMPRESA DE ELETROPORTÁTEIS

Esta escala faz parte de uma pesquisa desenvolvida em um trabalho de monografia, intitulado “A influência da cultura organizacional na prática dos valores de uma organização: um estudo de caso em uma empresa do ramo de eletroportáteis”, objetiva obter informações acerca de como os valores organizacionais de uma empresa de eletroportáteis são colocados em prática no contexto de sua cultura organizacional. Os dados coletados serão utilizados exclusivamente para o trabalho de conclusão de curso de Secretariado Executivo da a aluna Maria Rebecca Mesquita Ponte.

A - PERFIL DOS PARTICIPANTES

1 Faixa Etária:

- Entre 18 a 25 anos Entre 26 a 35 anos Entre 36 a 45 anos
 Entre 36 a 45 anos Mais de 55 anos

2 Gênero:

- Feminino Masculino

3 Estado Civil

- Casado (a) Solteiro (a)
 Viúvo (a) Relação Estável
 Divorciado (a)

4 Tempo de serviço na empresa

- 0 a 2 anos Entre 2 a 5 anos Entre 5 a 10 anos
 Entre 5 a 10 anos Mais de 10 anos

5. Setor de atuação: _____

B – ESCALA APLICADA NO GOOGLE FORMS

Itens elencados na escala e suas opções para a escolha dos respondentes.

Não se aplica	Aplica-se parcialmente	Aplica-se totalmente
<p>Objetivos</p> <p>Analisar como os valores organizacionais de uma empresa de eletroportáteis são colocados em prática no contexto de sua cultura organizacional.</p>	Itens	
	Os valores da organização são de conhecimento de todos os seus colaboradores	
	A cultura organizacional da empresa é transparente e acessível a seus colaboradores	
	Os valores adotados pela empresa tornam os objetivos da mesma tangíveis	
	Os valores organizacionais impactam nos resultados globais da empresa	
	A cultura organizacional adotada pela empresa permite que os valores sejam colocados em prática na rotina laboral	
	Seu gestor está continuamente ressaltando a importância dos valores da organização em suas atividades	
Os valores organizacionais são percebidos no cotidiano da rotina laboral		
<p>Identificar a existência de políticas de uma empresa de eletroportáteis para aplicação dos seus valores organizacionais</p>	A cultura organizacional da empresa é repassada de forma sólida e concisa entre seus colaboradores	
	Existe um processo formal para debater, avaliar e revisar a estratégia e o alinhamento da cultura	
	A política da empresa permite a prática dos valores adotados por ela	
<p>Analisar sob a perspectiva dos colaboradores a vivência dos valores da empresa de eletroportáteis no contexto de sua cultura organizacional</p>	Seus valores pessoais vão de encontro aos valores organizacionais adotados pela empresa	
	Você observa a prática dos valores em suas atividades	
	Você se sente representado com os valores adotados pela organização	
	Os valores organizacionais empregados são os mesmos valores que você espera de uma organização	
	Você acredita que os valores organizacionais e a cultura organizacional adotados pela empresa refletem quem ela é	

C – PERGUNTAS EXPLORATÓRIAS PARA A VERIFICAÇÃO DO CONHECIMENTO DOS RESPONDENTES QUANTO OS VALORES ORGANIZACIONAIS ADOTADOS PELA EMPRESA DE ELETROPORTÁTEIS

1 Qual ou quais valores da organização você percebe que são espelhos de seus valores pessoais?

- () De bem com a vida
- () Agir como dono
- () Cuidado com o próximo
- () Compromisso com a verdade
- () Total abertura ao feedback
- () Nenhum

2 Assinale a alternativa que contém os valores organizacionais da empresa

- () De bem com a vida; Agir como dono; Cuidado com o próximo; Comportamento ético.
- () Total abertura ao feedback; Crescimento sustentável; De bem com a vida; Total compromisso com os colaboradores e clientes.
- () De bem com a vida; Agir como dono; Cuidado com o próximo; Compromisso com a verdade.
- () Compromisso com a verdade; De bem com a vida; Agir como Dono, Total abertura ao feedback.
- () Agir como dono; Total abertura ao feedback; Compromisso com a verdade; De bem com a vida.