



**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
CAMPUS JOÃO PESSOA
DIRETORIA DE ENSINO SUPERIOR
UNIDADE ACADÊMICA DE GESTÃO E NEGÓCIOS
CURSO SUPERIOR DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO**

ANA MANUELA NASCIMENTO COSTA

**A INFLUÊNCIA DA CULTURA ORGANIZACIONAL NO CLIMA INTERNO E NO
DESEMPENHO DE METAS DO SETOR COMERCIAL ORGÂNICO DA UNICORP
FACULDADES**

**João Pessoa
2025**

ANA MANUELA NASCIMENTO COSTA

TÍTULO

**A INFLUÊNCIA DA CULTURA ORGANIZACIONAL NO CLIMA INTERNO E NO
DESEMPENHO DE METAS DO SETOR COMERCIAL DA UNICORP
FACULDADES**



TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), curso Superior de Bacharelado em Administração, como requisito institucional para a obtenção do Grau de Bacharel(a) em **ADMINISTRAÇÃO**.

Orientadora: Professora Dr^a. Karoline Fernandes Siqueira Campos

**JOÃO PESSOA
2025**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação – CIP
Biblioteca Nilo Peçanha –IFPB, *Campus* João Pessoa

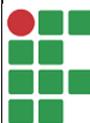
C837i Costa, Ana Manuela Nascimento.
A influência da cultura organizacional no organizacional no clima interno e no desempenho de metas no setor comercial orgânico da Unicorp Faculdades / Ana Manuela Nascimento Costa. – 2025.
43 f. : il.

TCC (Graduação – Bacharelado em Administração) – Instituto Federal da Paraíba – IFPB / Unidade Acadêmica de Gestão - UAG.
Orientadora: Prof.^a Dr.^a Caroline Fernandes Siqueira Campos.

1. Cultura organizacional. 2. Setor comercial. 3. Clima organizacional.
I. Título.

CDU 005.73 (043)

Bibliotecário responsável: Thiago de Lima Silva



INSTITUTO FEDERAL
Paraíba

CAMPUS JOÃO PESSOA

COORDENAÇÃO DO CURSO SUPERIOR DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO - CAMPUS JOÃO PESSOA

AVALIAÇÃO 4/2025 - CCSBA/UA5/UA/DDE/DG/JP/REITORIA/IFPB

Em 18 de agosto de 2025.

FOLHA DE APROVAÇÃO

ANA MANUELA NASCIMENTO COSTA

Matrícula 20142460251

A INFLUÊNCIA DA CULTURA ORGANIZACIONAL NO CLIMA INTERNO E NO DESEMPENHO DE METAS DO SETOR COMERCIAL DA UNICORP FACULDADES

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO apresentado em **18/08/2025** no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB), Curso Superior de Bacharelado em Administração, como requisito institucional para a obtenção do Grau de Bacharel(a) em **ADMINISTRAÇÃO**.

Resultado: APROVADA

João Pessoa, 18 de agosto de 2025.

BANCA EXAMINADORA:

(assinaturas eletrônicas via SUAP)

Karoline Fernandes Siqueira Campos (IFPB)

Orientador(a)

Ceres Grehs Beck (IFPB)

Examinador(a) interno(a)

Vinicius Batista Campos (IFPB)

Examinador(a) interno(a)

Documento assinado eletronicamente por:

- **Karoline Fernandes Siqueira Campos, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 18/08/2025 21:06:33.
- **Vinicius Batista Campos, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 18/08/2025 21:07:23.
- **Ceres Grehs Beck, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 18/08/2025 21:29:27.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 18/08/2025. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código 751158
Verificador: 6dde4cf23
Código de Autenticação:



NOSSA MISSÃO: Ofertar a educação profissional, tecnológica e humanística em todos os seus níveis e modalidades por meio do Ensino, da Pesquisa e da Extensão, na perspectiva de contribuir na formação de cidadãos para atuarem no mundo do trabalho e na construção de uma sociedade inclusiva, justa, sustentável e democrática.

VALORES E PRINCÍPIOS: Ética, Desenvolvimento Humano, Inovação, Qualidade e Excelência, Transparência, Respeito, Compromisso Social e Ambiental.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho às minhas filhas Maria Helena e Maria Heloísa, que trouxeram uma nova perspectiva para os meus objetivos.

AGRADECIMENTOS

Distribuo minha gratidão a Deus primeiramente, aos meus pais, irmãos e amigos, colegas de trabalho e professores. Em especial a minha irmã Juliana que me acolheu na cidade de João Pessoa-PB. Foi a partir dela que recebi o incentivo necessário para ingressar no curso de Bacharelado em Administração de Empresas, pelo IFPB

Estendo a minha gratidão aos amigos de longa data e aqueles que se propõe em construir uma história de amizade, baseada sempre na verdade, bem como aos meus professores que me incentivaram e me encorajaram a permanecer nessa minha jornada estudantil.

Agradeço também a aqueles que hoje não se fazem mais presentes, mas que de algum modo contribuíram para que eu chegasse até aqui.

RESUMO

Este trabalho teve como objetivo analisar de que forma a cultura organizacional da Unicorp Faculdades influencia o bem-estar organizacional e o desempenho dos consultores comerciais. A cultura organizacional abrange os valores, hábitos e práticas disseminados dentro da empresa e exerce um papel fundamental tanto na percepção de pertencimento dos colaboradores quanto no desempenho no ambiente de trabalho. A pesquisa foi realizada por meio da aplicação de um questionário aos consultores da área comercial. Os resultados indicaram que muitos reconhecem e valorizam princípios como ética, respeito e transparência, o que contribui significativamente para o fortalecimento do vínculo com a instituição. No entanto, também foi identificado que uma parcela dos profissionais sente a ausência de maior reconhecimento e de feedbacks claros e regulares, aspectos que podem impactar negativamente a motivação e o desempenho cotidiano, reforçando, assim, a importância de práticas de gestão que valorizem o esforço individual e promovam o engajamento da equipe. Com base nos dados obtidos, conclui-se que a Unicorp Faculdades possui uma cultura organizacional consistente, porém com espaço para avanços. Investir em ações que estreitam o relacionamento entre colaboradores e gestores - como o aprimoramento da comunicação interna e o acompanhamento sistemático do desempenho - pode contribuir para a construção de um ambiente de trabalho mais saudável, com profissionais mais motivados, comprometidos e produtivos. O estudo reforça que compreender e fortalecer a cultura organizacional é essencial não apenas para manter os valores institucionais, mas também para promover um clima interno mais colaborativo, positivo e orientado à alta performance.

Palavras-chave: Cultura organizacional. Clima organizacional. Desempenho e Metas. Setor comercial. Instituição de ensino superior (IES). Unicorp.

Abstract

This work aimed to analyze how the organizational culture of Unicorp Faculdades influences organizational well-being and the performance of commercial consultants. The organizational culture covers the values, habits, and practices disseminated within the company and plays a fundamental role in both the perception of belonging among employees and their performance in the work environment. The research was conducted through the application of a questionnaire to consultants in the commercial area. The results indicated that many recognize and value principles such as ethics, respect, and transparency, which significantly contribute to strengthening the bond with the institution. However, it was also identified that a portion of the professionals feel the absence of greater recognition and clear, regular feedback, aspects that may negatively impact motivation and daily performance, thus reinforcing the importance of management practices that value individual effort and promote team engagement. Based on the data obtained, it is concluded that Unicorp Faculdades has a consistent organizational culture, but with room for improvement. Investing in actions that strengthen the relationship between employees and managers - such as improving internal communication and systematically monitoring performance - can contribute to building a healthier work environment, with more motivated, committed, and productive professionals. The study reinforces that understanding and strengthening organizational culture is essential not only to maintain institutional values but also to promote a more collaborative, positive, and high-performance internal climate.

Keywords: Organizational culture; Organizational well-being; Performance; Commercial consultants; Higher education institution; Unicorp.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Fachada da empresa.....	16
Figura 2: Organograma da organização e setor comercial.....	16
Figura 3: Visão Geral - Cultura Organizacional.....	26
Figura 4: Visão Geral - Clima Organizacional	28
Figura 5: Visão Geral - Percepções sobre o desempenho organizacional da Unicorp.....	31

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

EaD	Ensino a Distância
IFPB	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba
IES	Instituição de Ensino Superior

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	13
1.1	OBJETIVOS.....	17
1.1.1	Objetivo Geral.....	17
1.1.2	Objetivos Específicos.....	17
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	19
3	METODOLOGIA DA PESQUISA.....	21
3.1	CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA.....	22
3.2	UNIVERSO, AMOSTRAGEM E AMOSTRA.....	23
3.3	INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS.....	24
3.4	PERSPECTIVA DE ANÁLISE DE DADOS.....	25
4	ANÁLISE DE DADOS.....	26
4.1	CULTURA ORGANIZACIONAL.....	26
4.2	CLIMA ORGANIZACIONAL.....	28
4.3	DESEMPENHO ORGANIZACIONAL E METAS.....	31
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	34
	REFERÊNCIAS.....	36
	APÊNDICE.....	37

1 INTRODUÇÃO

A cultura organizacional, compreendida como o conjunto de valores, crenças, normas e pressupostos compartilhados pelos membros de uma organização, atua como um pilar central na definição de seu comportamento e identidade. Mais do que meras formalidades, a cultura é o que molda a maneira como as decisões são tomadas, como os conflitos são gerenciados e como os colaboradores se relacionam entre si e com os objetivos da empresa. Uma cultura forte e alinhada pode ser um diferencial competitivo inestimável, pois influencia diretamente a coesão interna e o engajamento dos funcionários. Em contrapartida, uma cultura fraca ou disfuncional pode levar a resistências, baixa produtividade e, em última análise, ao fracasso dos objetivos estratégicos. A análise dessa dimensão invisível, mas poderosa, é crucial para a compreensão do sucesso e da longevidade das organizações no mercado.

O clima organizacional, por sua vez, emerge como um reflexo direto da cultura, representando a percepção e o sentimento dos colaboradores em relação ao ambiente de trabalho. Enquanto a cultura é o "DNA" da organização, o clima é a "atmosfera" vivenciada no dia a dia. Fatores como a clareza da comunicação, a qualidade da liderança, o reconhecimento do trabalho e a percepção de justiça influenciam diretamente essa atmosfera. Um clima interno positivo estimula a motivação, a satisfação e o bem-estar dos funcionários, criando um ambiente propício para a colaboração e a inovação. Por outro lado, um clima de desconfiança e insegurança gera absenteísmo, rotatividade e conflitos interpessoais, prejudicando a performance coletiva e individual. A medição e a gestão do clima, portanto, são ferramentas gerenciais essenciais para diagnosticar a saúde interna da empresa.

A relação entre cultura e clima é bidirecional e sistêmica. A cultura estabelece as bases para o desenvolvimento de um determinado clima, e este, por sua vez, reforça ou desafia os valores culturais. Uma cultura que valoriza a autonomia e a confiança, por exemplo, tende a gerar um clima de empoderamento e responsabilidade, onde os colaboradores se sentem valorizados e motivados a contribuir. Quando essa sinergia é alcançada, os resultados de desempenho são visivelmente superiores. O alinhamento entre a cultura, as práticas gerenciais e as percepções dos colaboradores é o que permite que a organização não apenas alcance, mas supere suas metas de produtividade, inovação e crescimento. A falta desse alinhamento,

contudo, cria uma desconexão prejudicial, na qual os objetivos estratégicos se tornam inacessíveis devido a barreiras internas.

Nesse contexto, a interdependência entre cultura, clima e desempenho é inegável. A cultura organizacional define os comportamentos e atitudes que, quando traduzidos em um clima interno positivo, se manifestam em resultados tangíveis. Colaboradores engajados, satisfeitos e alinhados com os valores da empresa demonstram maior produtividade, qualidade na entrega e menor incidência de erros. Além disso, a capacidade da organização de se adaptar a mudanças, inovar e reter talentos está diretamente ligada à robustez de sua cultura e ao bem-estar de seu clima. Ignorar a importância desses elementos é subestimar os fatores humanos que impulsionam o sucesso empresarial. Portanto, este estudo busca aprofundar a compreensão de como uma gestão estratégica da cultura e do clima pode se traduzir em um diferencial competitivo sustentável e de longo prazo.

Este estudo foi desenvolvido em um dos Setores Comerciais - Comercial Orgânico, da UNICORP Faculdades. A Unicorp Faculdades é uma instituição de ensino superior privada, com sede no bairro de Mangabeira, em João Pessoa – PB, está presente nos estados de Minas Gerais e São Paulo, além de atender todo o território nacional por meio da modalidade de ensino a distância (EaD). Fundada em fevereiro de 2017, ainda no período pré-pandemia, a Unicorp foi idealizada pelo Prof. Hilton, doutor em Ciências Administrativas pela Universidad San Carlos – USC (2014), mestre em Engenharia de Produção pela UFPB (2010), MBA em Gestão de Pessoas pela FNSL (2018), bacharel em Administração pela UNIPÊ (2005), e professor convidado dos cursos de Mestrado e Doutorado em Ciências da Educação pela Universidad San Carlos. Atualmente, além de atuar como docente no curso de Bacharelado em Administração, o professor também exerce o cargo de Diretor-Presidente, liderando a instituição ao lado dos demais associados.

A Unicorp Faculdades apresenta trajetória de crescimento contínuo, resultado de diversos fatores, entre eles, a cultura organizacional consolidada. No caso das instituições de ensino superior privadas, o setor comercial representa uma área estratégica para a sustentabilidade financeira da organização. Responsável pela captação e fidelização de parceiros, estudantes, bem como pelo relacionamento com o público externo, esse setor opera sob constante pressão por resultados, o que reforça a necessidade de um clima organizacional positivo, capaz de impulsionar a motivação, o engajamento e o desempenho dos colaboradores.

Os pilares norteadores da Unicorp Faculdades possuem tem como missão “gerar oportunidades para aqueles que acreditam que a educação pode transformar vidas”, visão de "ser uma empresa referência na oferta de cursos Presenciais e Online" e valores o atendimento humanizado, respeito , trabalho e reconhecimento de uma forma única. Sua cultura organizacional tem como preceitos a ética, inovação, respeito e foco no estudante. No entanto, a efetividade desses preceitos depende da forma como são percebidos e vivenciados no cotidiano dos diversos setores. No ambiente comercial, por exemplo, essa vivência cultural pode impactar diretamente a forma como os colaboradores se sentem, se comportam e desempenham suas atividades diante dos desafios cotidianos. Nas Figuras 1 e 2 são ilustrados, respectivamente, a fachada da Unicorp e o Organograma comercial.

A proposta desta pesquisa surgiu da convivência com o Setor Comercial Orgânico da instituição e da observação de como aspectos culturais e emocionais afetam o desempenho dos consultores. Como estudante do curso de Bacharelado em Administração de Empresas, reconheço a importância de compreender como a cultura organizacional pode contribuir para a construção de um clima mais positivo, com impactos concretos sobre os resultados das equipes. Afinal, produtividade e bem-estar não devem ser tratados como elementos opostos, mas sim como componentes complementares de uma gestão eficiente.

A relevância deste estudo também se justifica pelo caráter dinâmico da cultura organizacional, constantemente moldada pelas interações entre indivíduos e processos internos. Como destaca Chiavenato e Sapiro (2009, p. 80), “a cultura organizacional molda o comportamento das pessoas, mas também é moldada por elas, numa relação de mútua influência e adaptação”.

Dessa forma, este trabalho tem como objetivo analisar como a cultura organizacional influencia o clima de trabalho e o desempenho em metas no setor comercial orgânico da Unicorp Faculdades, a partir da percepção dos 10 colaboradores do setor (nove operadores e uma supervisora). Para a coleta de dados, foi utilizado um questionário estruturado com 20 questões objetivas de múltipla escolha (alternativas de “a” a “e”), servindo como instrumento de análise qualitativa e quantitativa.

Figura 1: Fachada da empresa



Fonte: Elaboração própria (2025)

Figura 2: Organograma da organização e setor comercial orgânico

ORGANOGRAMA DO SETOR COMERCIAL ORGÂNICO



Fonte: Elaboração própria (2025)

Assim, define-se a seguinte **questão de pesquisa**: “De que maneira a cultura organizacional influencia o clima organizacional e o desempenho nas metas do setor comercial orgânico da Unicorp Faculdades?”

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Este estudo tem como objetivo geral: **Analisar de que forma a cultura organizacional da Unicorp Faculdades influencia o clima organizacional e o desempenho dos consultores do Setor Comercial Orgânico.**

1.1.2 Objetivos Específicos

- Identificar os valores e práticas da cultura organizacional percebidos no setor comercial orgânico da Unicorp Faculdades;
- Analisar de que forma os elementos culturais influenciam o clima organizacional entre os consultores do comercial orgânico;
- Verificar como o clima organizacional impacta o desempenho individual e coletivo na consecução de metas;
- Avaliar a existência de possíveis desalinhamentos entre a cultura organizacional formalmente proposta e aquela vivenciada no dia a dia pelos colaboradores;
- Propor reflexões e sugestões que contribuam para a construção de um ambiente de trabalho mais motivador, ético e orientado a resultados.

Busca-se analisar de que maneira essa cultura impacta o clima organizacional vivenciado no cotidiano da equipe comercial orgânica, considerando que o clima é uma expressão direta da cultura organizacional percebida no dia a dia.

Ao promover o alinhamento entre cultura, clima e desempenho, as organizações ampliam suas chances de construir ambientes de trabalho mais saudáveis e, ao mesmo tempo,

mais produtivos. Nesse contexto, Chiavenato (2014, p. 295) ressalta que “o desempenho organizacional é fortemente influenciado pelo grau de alinhamento entre a cultura vivenciada pelos colaboradores e os objetivos estratégicos da organização”.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A cultura organizacional é frequentemente apontada como um dos principais fatores que moldam o ambiente e os resultados das organizações. Vai muito além de simples valores ou normas escritas: representa, na prática, o modo como as pessoas pensam, sentem e agem dentro da empresa. Conforme Schein (2010, p. 21), a cultura organizacional é “um padrão de pressupostos básicos compartilhados que orienta a forma como as pessoas resolvem problemas internos e externos”. Essa definição destaca o caráter profundo e estrutural da cultura, que, embora nem sempre esteja explícita, influencia todas as interações e decisões dentro da organização.

Com isso, entende-se que a cultura é o “DNA” da organização - um conjunto de elementos que, quando alinhados, criam uma identidade forte e um senso de pertencimento nos colaboradores. No entanto, quando há falhas nessa construção - seja por falta de clareza, comunicação ou coerência entre discurso e prática - surgem conflitos, desmotivação e baixa produtividade. Chiavenato (2014, p. 298) reforça essa ideia ao afirmar que “a cultura organizacional é o que conecta as pessoas aos objetivos da empresa, moldando suas atitudes e seu desempenho”. Assim, a cultura não é apenas um conceito abstrato, mas uma força viva, que pode impulsionar ou travar o sucesso da organização.

O clima organizacional, por sua vez, pode ser entendido como a “temperatura” do ambiente de trabalho, ou seja, como os colaboradores percebem seu espaço diário. Enquanto a cultura é mais profunda e ligada a valores enraizados, o clima é mais imediato, relacionado a percepções e sentimentos sobre o ambiente. Litwin e Stringer (1968, p. 2) definem o clima como “as percepções compartilhadas que influenciam a motivação, satisfação e desempenho dos membros da organização”, o que demonstra o quanto ele é fundamental para o engajamento. Um clima positivo pode funcionar como incentivo, estimulando a criatividade, o comprometimento e o alcance de metas.

Quando pensamos no setor comercial de uma instituição como a Unicorp Faculdades que atua em um mercado competitivo e exige resultados concretos - a interrelação entre

cultura e clima torna-se ainda mais crucial. É comum encontrar, nesse tipo de setor, uma pressão constante por desempenho e metas, que pode gerar um ambiente estressante, se não for bem gerido. Robbins e Judge (2013, p. 134) argumentam que “ambientes que oferecem suporte, reconhecimento e clareza tendem a produzir colaboradores mais motivados e produtivos, especialmente em áreas voltadas a resultados”. Isso reforça a importância de um alinhamento entre cultura e clima, de forma que os colaboradores se sintam apoiados e engajados, mesmo diante das pressões.

Na prática, percebe-se que, quando a cultura valoriza o respeito, a ética e o trabalho em equipe, o clima tende a ser mais colaborativo e saudável. Por outro lado, se há uma desconexão entre o que a organização prega e o que realmente acontece no cotidiano, o clima pode se deteriorar, afetando diretamente o desempenho e a satisfação dos profissionais. Essa realidade é especialmente relevante em setores onde o desempenho é medido por metas quantitativas, como vendas, manutenção e captação de alunos. O equilíbrio entre resultados e qualidade do ambiente de trabalho é, portanto, um desafio constante para a gestão.

Em concordância com os autores apresentados, investir no fortalecimento da cultura organizacional é uma das maneiras mais eficazes de garantir não apenas o cumprimento de metas, mas também a construção de um ambiente de trabalho sustentável e motivador. Afinal, são as pessoas que transformam valores em ações concretas e, quando se sentem parte de um propósito maior, o desempenho e o clima se beneficiam mutuamente. Como observa Chiavenato (2014, p. 300), “a cultura organizacional é uma via de mão dupla, pois molda o comportamento das pessoas e, ao mesmo tempo, é moldada por elas”, o que evidencia a importância da participação ativa dos colaboradores na construção e manutenção desse ambiente.

Em resumo, compreender a cultura organizacional e seu impacto no clima e no desempenho dos colaboradores é fundamental para qualquer instituição que deseje crescer de forma sustentável e ética. No contexto da Unicorp Faculdades, essa compreensão ganha um caráter ainda mais estratégico, pois envolve não apenas resultados financeiros, mas também a missão social e educativa da instituição - tornando o ambiente de trabalho um espaço de desenvolvimento humano e profissional.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

A metodologia adotada para esta pesquisa teve como objetivo principal analisar a influência da cultura organizacional no clima organizacional em um dos setores comerciais - Setor Comercial Orgânico - da Unicorp Faculdades, considerando a percepção dos colaboradores e o impacto no desempenho em função das metas estabelecidas.

Para alcançar esse propósito, optou-se por uma abordagem quantitativa, que permite a coleta e análise sistematizada de dados numéricos, a fim de identificar padrões e relações entre as variáveis estudadas. Segundo Gil (2010, p. 42), a pesquisa quantitativa “é indicada quando se deseja quantificar dados e generalizar resultados a partir de uma amostra para a população”. Essa característica é fundamental para avaliar como a cultura organizacional influencia o clima e o desempenho dos colaboradores, especialmente em um setor orientado por resultados.

A pesquisa foi classificada como descritiva, pois buscou descrever as características do fenômeno em estudo sem manipulação de variáveis, permitindo compreender melhor as percepções dos colaboradores sobre o ambiente de trabalho. Conforme Malhotra (2012, p. 58), “a pesquisa descritiva tem o propósito de identificar e interpretar os aspectos e as características de determinado grupo ou situação”. Esse tipo de pesquisa mostrou-se adequado para a compreensão dos elementos subjetivos e multifacetados que compõem o clima e a cultura organizacional.

A coleta de dados foi realizada por meio de um questionário estruturado, contendo 20 perguntas objetivas, com alternativas que variavam de “a” a “e”, o que facilitou a análise quantitativa dos resultados. O questionário, disponível no Apêndice, foi aplicado aos 10 colaboradores do setor comercial orgânico da Unicorp Faculdades - sendo nove operadores e uma supervisora - garantindo a participação de todos os membros desse grupo específico.

Para a análise dos dados, utilizou-se a estatística descritiva, que permite organizar, apresentar e interpretar as informações coletadas de forma clara e objetiva. Conforme

Creswell (2014), a análise quantitativa “visa transformar dados brutos em informações compreensíveis, facilitando a identificação de tendências e relações” (p. 195). Essa abordagem contribuiu para oferecer uma visão detalhada da influência da cultura organizacional sobre o clima interno e o desempenho da equipe.

Por fim, destaca-se que a pesquisa respeitou todos os princípios éticos vigentes, garantindo o anonimato e a confidencialidade das respostas, bem como o consentimento livre e esclarecido dos participantes, assegurando a integridade e o respeito aos colaboradores envolvidos.

3.1 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

Este trabalho de pesquisa enquadra-se, inicialmente, como uma investigação aplicada e de campo, uma vez que tem como foco a análise de um fenômeno real e atual no ambiente organizacional do setor comercial da Unicorp Faculdades. Ao estudar a influência da cultura organizacional no clima interno e no desempenho dos colaboradores, esta pesquisa visa contribuir para a melhoria dos processos internos e da gestão de pessoas na instituição.

Quanto à abordagem metodológica, predomina a vertente quantitativa, que permite mensurar percepções e avaliar relações entre variáveis por meio de dados numéricos e análises estatísticas. De acordo com De Benedicto et al. (2011, p. 42), a pesquisa quantitativa ajuda a trazer mais clareza e confiança para os estudos em administração, pois permite analisar dados de forma objetiva e tirar conclusões que podem valer para outros contextos semelhantes. Contudo, reconhece-se que os aspectos subjetivos inerentes ao clima organizacional e à cultura exigem uma certa sensibilidade interpretativa, o que abre espaço para considerações qualitativas na análise dos resultados.

No que diz respeito ao tipo de pesquisa, esta é classificada principalmente como descritiva, pois busca detalhar e explicar as características do clima e da cultura organizacional, além de identificar sua influência no desempenho dos colaboradores. Também se utiliza da pesquisa bibliográfica, que fundamenta teoricamente os conceitos abordados, e da pesquisa documental, por meio da análise de registros internos, os quais orientaram a construção do questionário e a interpretação dos dados coletados.

O método de raciocínio adotado é o dedutivo, pois parte-se de uma base teórica consolidada sobre cultura e clima organizacional para formular hipóteses e questões específicas que são testadas empiricamente por meio da coleta e análise dos dados.

Em síntese, trata-se de uma pesquisa aplicada, de campo, predominantemente quantitativa e descritiva, com suporte bibliográfico e documental, conduzida com base no método dedutivo. Essa combinação metodológica permite um olhar aprofundado e sistemático sobre como a cultura influencia o clima organizacional e o desempenho no setor comercial da Unicorp Faculdades, contribuindo tanto para o conhecimento acadêmico quanto para a prática administrativa.

3.2 UNIVERSO, AMOSTRAGEM E AMOSTRA

Para realizar a pesquisa de forma consistente, é fundamental definir adequadamente quem serão os participantes e como serão selecionados. O ponto de partida é o universo, que corresponde ao grupo total de pessoas inseridas no contexto estudado. No presente estudo, o universo é composto por todos os colaboradores que atuam no setor comercial orgânico da Unicorp Faculdades, pois são esses profissionais que vivenciam diretamente a cultura organizacional, o clima de trabalho e a responsabilidade pelo atingimento das metas — fatores intimamente ligados à saúde financeira da instituição.

A amostragem refere-se ao processo de seleção dos participantes efetivos da pesquisa, podendo ser realizada de diferentes maneiras. Na amostragem probabilística, todos os membros do universo têm a mesma chance de serem escolhidos, o que favorece a generalização dos resultados. Já a amostragem não probabilística seleciona os participantes com base em critérios práticos, como acessibilidade ou relevância para o estudo.

Diante do número reduzido de integrantes no setor - apenas 10 colaboradores (09 operadores e 01 supervisora) -, optou-se por realizar um censo, ou seja, incluir todos os membros do universo como participantes da pesquisa. Essa escolha garante uma visão mais ampla, precisa e fiel da realidade do setor analisado, além de evitar distorções ou lacunas na coleta de dados. Como afirma Gil (2010), quando o grupo de interesse é pequeno, a inclusão total dos participantes é uma estratégia eficiente e válida metodologicamente.

Assim, a amostra deste estudo corresponde à totalidade dos colaboradores do setor comercial da Unicorp Faculdades, totalizando 10 participantes, que responderam ao

questionário estruturado. Isso possibilitou a obtenção de um panorama completo sobre a influência da cultura organizacional no clima de trabalho e no desempenho frente às metas estabelecidas.

3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Os dados que embasaram este estudo foram coletados por meio de um questionário estruturado, elaborado na ferramenta Google Forms e compartilhado com os respondentes via WhatsApp, respeitando a dinâmica da instituição e priorizando um meio de fácil acesso e ampla adesão.

O instrumento de coleta de dados (disponível no Apêndice) contou com 20 questões objetivas (fechadas), organizadas em três blocos temáticos, conforme os objetivos propostos nesta pesquisa:

- Cultura Organizacional (7 questões);
- Clima Organizacional (7 questões);
- Desempenho Organizacional (6 questões).

A escolha por questões de múltipla escolha revelou-se adequada à abordagem quantitativa da pesquisa. Segundo Gil (2019, p. 135), “as perguntas fechadas oferecem maior facilidade de tabulação e análise, uma vez que possibilitam a codificação das alternativas.” Além disso, essa estrutura contribuiu para maior objetividade e agilidade no preenchimento por parte dos participantes.

A construção do questionário foi fundamentada em uma revisão bibliográfica sobre os temas centrais do estudo, de forma a garantir coerência teórica e aplicabilidade prática. Como ressaltam Lakatos e Marconi (2017, p. 201), “as perguntas fechadas proporcionam uniformidade nas respostas, facilitando sua tabulação e análise”, reforçando a adequação do formato adotado.

O questionário foi respondido por todos os 10 colaboradores do setor comercial orgânico da Unicorp Faculdades, sendo 9 operadores e 1 supervisora, totalizando 100% de

participação da amostra estabelecida. Isso assegura uma visão completa das percepções dos profissionais diretamente envolvidos com os temas investigados.

A aplicação do instrumento foi autorizada previamente pela direção e pela supervisão da organização, conferindo respaldo institucional e ético à coleta. Todos os cuidados éticos foram rigorosamente observados: a participação foi voluntária, e a identidade dos respondentes foi preservada, sem solicitação de informações pessoais que pudessem possibilitar sua identificação, em conformidade com os princípios da ética em pesquisa.

3.4 PERSPECTIVA DE ANÁLISE DE DADOS

Os dados coletados por meio do questionário aplicado seguiram uma abordagem quantitativa e descritiva, com o objetivo de organizar e interpretar os resultados a partir das respostas obtidas. Essa forma de análise proporciona uma visão geral das percepções dos respondentes em relação aos fatores estudados.

A análise foi realizada utilizando as ferramentas do próprio Google Forms, que apresentou os dados em formatos gráficos e percentuais, facilitando a visualização e compreensão dos resultados. As informações foram organizadas em três categorias principais: Cultura Organizacional, Clima Organizacional e Desempenho Organizacional.

Cada categoria foi analisada de forma individual, buscando identificar as percepções dos colaboradores acerca dos temas abordados. A interpretação dos dados fundamentou-se na literatura revisada, estabelecendo conexões entre as evidências empíricas coletadas e os conceitos teóricos discutidos ao longo do trabalho.

4 ANÁLISE DE DADOS

A análise dos dados consiste na leitura e interpretação dos resultados obtidos por meio da aplicação do questionário aos colaboradores do setor comercial da Unicorp Faculdades.

O instrumento de coleta foi estruturado em três categorias principais: **Cultura Organizacional** (7 perguntas), **Clima Organizacional** (7 perguntas) e **Desempenho Organizacional** (6 perguntas).

Para facilitar a compreensão dos resultados, foram utilizados gráficos que ilustram visualmente as respostas, permitindo uma análise mais clara e objetiva dos dados coletados.

4.1 CULTURA ORGANIZACIONAL

Os dados obtidos a partir das respostas dos colaboradores do setor comercial da Unicorp Faculdades revelam percepções positivas em relação à cultura organizacional da instituição. A seguir, são apresentados os principais resultados das perguntas relacionadas a essa categoria:

1. Compreensão da missão e valores da instituição:
70% dos colaboradores afirmaram concordar totalmente que conhecem bem a missão e os valores da Unicorp Faculdades, enquanto 30% concordam parcialmente, indicando uma compreensão geral clara desses elementos institucionais.
2. Prática dos valores institucionais no cotidiano:
De forma semelhante, 70% dos respondentes concordam totalmente que os valores da instituição são efetivamente praticados no dia a dia do setor comercial, e 30% concordam parcialmente, mostrando uma percepção positiva quanto à vivência cultural.
3. Transmissão da cultura pela liderança:
70% dos colaboradores também concordam totalmente que a liderança do setor

comunica de forma clara os princípios e a cultura organizacional, enquanto 30% concordam parcialmente, o que sugere uma comunicação eficaz, embora haja espaço para aprimoramento

4. Coerência entre discurso e prática:

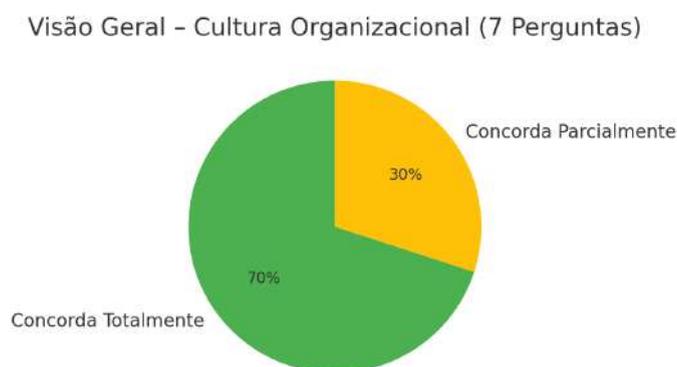
Neste aspecto, 60% dos participantes concordam parcialmente que existe coerência entre o que a instituição prega e o que é praticado internamente, e 40% concordam totalmente. Esse dado aponta para uma percepção majoritariamente positiva, porém indica que parte dos colaboradores percebe possíveis divergências entre teoria e prática.

5. Valorização da ética e do respeito:

A unanimidade (100%) concorda totalmente que o setor comercial valoriza a ética e o respeito nas relações profissionais, demonstrando um forte consenso sobre a importância desses valores no ambiente de trabalho.

Na Figura 3, os resultados evidenciam uma cultura organizacional sólida e alinhada aos valores institucionais, com predominância de percepções positivas por parte dos colaboradores, ainda que haja oportunidades para reforçar a coerência entre os discursos e as práticas cotidianas.

Figura 3: Visão Geral - Cultura Organizacional



Fonte: dados da pesquisa (2025)

Com base nas perguntas da categoria Cultura Organizacional, percebe-se:

- 70% dos respondentes concordam totalmente com as afirmações.

- 30% concordam parcialmente
- Não houve nenhuma resposta de discordância

Os números indicam que a maioria dos envolvidos possuem uma visão positiva referente a cultura organizacional da Unicorp Faculdades. Eles percebem que os princípios e valores são aplicados no dia a dia e transmitidos pela liderança, bem como sentem que fazem parte de algo maior e enxergam a prática da ética e respeito nas relações profissionais. Robbins (2011, p. 563), afirma que “A cultura organizacional forte é aquela em que os valores essenciais são intensamente sustentados e amplamente compartilhados.”

Porém vale destacar que a resposta 4, cujo as afirmações tiveram 60% de concordância parcial e 40% de concordância total, mostra que embora a percepção seja positiva, alguns colaboradores ainda não vêem plena coerência entre o discurso organizacional e a prática diária. Isso demonstra a necessidade de atenção, pois essa diferença pode impactar a confiança no ambiente de trabalho.

4.2 CLIMA ORGANIZACIONAL

Os dados coletados indicam uma percepção bastante positiva sobre o clima organizacional no setor comercial da Unicorp Faculdades, refletindo um ambiente colaborativo e favorável ao engajamento dos colaboradores. Os principais resultados são apresentados a seguir:

8. **Ambiente colaborativo e respeitoso:**

A maioria dos colaboradores (90%) concorda totalmente que o ambiente de trabalho é colaborativo e respeitoso, enquanto 10% permanecem neutros, demonstrando um cenário majoritariamente harmonioso.

9. **Abertura para diálogo e escuta ativa:**

Este aspecto obteve unanimidade, com 100% dos respondentes concordando totalmente que há abertura para diálogo e escuta ativa entre os membros da equipe, reforçando a importância da comunicação no setor.

10. Continuidade na abertura para diálogo:

Confirmando o ponto anterior, 70% concordam totalmente e 30% concordam parcialmente que a comunicação é aberta e efetiva, o que reforça o ambiente de troca e colaboração.

11. Tratamento ético dos conflitos internos:

Quanto à gestão dos conflitos, 80% concordam totalmente e 20% concordam parcialmente que os conflitos são tratados de maneira ética e respeitosa, o que indica um manejo adequado das situações de tensão.

12. Apoio dos colegas e da liderança:

A percepção de apoio é bastante forte, com 90% concordando totalmente e 10% concordando parcialmente que recebem suporte da equipe e da liderança diante de dificuldades, um fator essencial para o clima positivo.

13. Contribuição para bem-estar emocional e motivação:

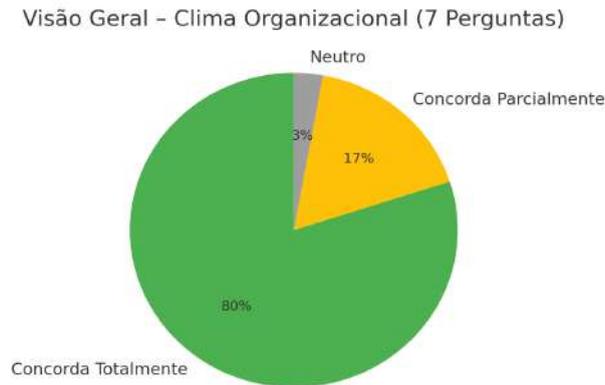
No que se refere ao impacto do ambiente no bem-estar emocional e na motivação diária, 70% concordam totalmente e 30% concordam parcialmente, mostrando que o clima favorece a saúde emocional dos colaboradores.

14. Valorização pela equipe e instituição:

Sobre o sentimento de valorização, 60% dos respondentes concordam totalmente, 30% concordam parcialmente e 10% permanecem neutros, indicando que a maioria se sente reconhecida, embora haja espaço para fortalecimento desse aspecto.

Em resumo, na Figura 4, pode-se ver que o clima organizacional no setor comercial é percebido como positivo e estimulante, com destaque para a comunicação aberta e o apoio mútuo, elementos que favorecem o engajamento e a motivação dos colaboradores.

Figura 4: Visão Geral - Clima Organizacional



Fonte: dados da pesquisa (2025)

Com base nas respostas referentes à categoria Clima Organizacional, observa-se que:

- **80%** dos respondentes concordam totalmente com as afirmações apresentadas;
- **17%** concordam parcialmente;
- **3%** permanecem neutros.

Esses números indicam um cenário predominantemente positivo, no qual os colaboradores percebem o ambiente de trabalho como pautado no respeito, acolhimento e na colaboração mútua. Destaca-se ainda a presença de uma escuta ativa e de uma motivação constante no cotidiano da equipe.

Um ponto especialmente relevante é a resposta à pergunta 9, que registrou **100% de concordância total** quanto à abertura para diálogo e escuta ativa entre os membros da equipe. Este dado constitui um forte indicador de saúde relacional dentro do ambiente de trabalho, evidenciando um canal eficaz de comunicação e fortalecimento dos vínculos interpessoais.

Além disso, as questões que abordam o apoio da liderança, o bem-estar emocional e a valorização pessoal também apresentaram alta concordância total, sugerindo que esses fatores contribuem para a construção de relações sólidas e de confiança entre colaboradores e a instituição. Conforme Spector (2005, p. 82), “ambientes de trabalho positivos estão diretamente ligados à satisfação no trabalho e ao desempenho dos colaboradores”, o que reforça a importância desse contexto favorável.

Entretanto, a pergunta 14, que trata da valorização dos colaboradores pela equipe e pela instituição, apresenta um quadro mais delicado: apenas 60% concordam totalmente, enquanto 30% concordam parcialmente e 10% adotam uma posição neutra. Esse resultado revela uma oportunidade para que a Unicorp Faculdades amplie e fortaleça suas práticas de reconhecimento, visando aumentar a percepção de valorização e, conseqüentemente, o engajamento dos profissionais.

Em suma, os dados apontam para um clima organizacional saudável e colaborativo, embora ainda existam aspectos a serem aprimorados, sobretudo no que diz respeito ao reconhecimento dos colaboradores.

4.3 DESEMPENHO ORGANIZACIONAL E METAS

As respostas relativas à categoria Desempenho Organizacional indicam que a maioria dos colaboradores do setor comercial da Unicorp Faculdades percebe as metas como claras e alcançáveis, com 77,8% concordando totalmente e 11,1% concordando parcialmente. No entanto, é importante destacar que 11,1% discordam parcialmente, o que sugere uma pequena parcela que ainda tem dúvidas ou dificuldades em relação à clareza das metas.

Quanto à avaliação do desempenho individual, 55,6% dos respondentes afirmam ter total clareza sobre os critérios utilizados, enquanto 44,4% concordam parcialmente. Esse dado indica que há uma percepção razoável, porém não unânime, sobre a transparência dos processos de avaliação, apontando para um possível espaço de aprimoramento na comunicação desses critérios.

Em relação ao impacto da cultura organizacional no alcance das metas, 70% dos colaboradores concordam totalmente que ela contribui positivamente, e 30% concordam parcialmente. Esse resultado reforça a importância da cultura como elemento facilitador para o desempenho, alinhando comportamentos e atitudes aos objetivos estratégicos.

A influência do clima organizacional na produtividade apresenta uma maior diversidade nas respostas: 50% concordam totalmente, 30% concordam parcialmente, 10% permanecem neutros e 10% discordam parcialmente. Tal variação sugere que, embora o clima seja percebido como fator relevante para a produtividade, existem percepções divergentes, o que pode indicar variações individuais ou situações pontuais dentro da equipe.

No quesito motivação para alcançar os resultados esperados, 60% dos colaboradores concordam totalmente e 40% concordam parcialmente, evidenciando um bom nível de engajamento geral, ainda que haja espaço para fortalecer essa motivação.

Por fim, o reconhecimento por parte da liderança quando as metas são atingidas apresenta uma avaliação positiva, mas também dividida: 50% concordam totalmente, 40% concordam parcialmente e 10% discordam parcialmente. Esses dados indicam que, embora o reconhecimento exista, ele pode não ser suficientemente percebido por todos, apontando para a necessidade de aprimorar as práticas de feedback e valorização dos resultados.

Em síntese, a Figura 5 traz as percepções sobre o desempenho organizacional da Unicorp e os dados revelam uma percepção majoritariamente positiva em relação às metas, avaliação, cultura, clima, motivação e reconhecimento, mas também evidenciam áreas importantes para intervenções que podem ampliar o alinhamento e o desempenho do setor comercial.

Figura 5: Visão Geral - Percepções sobre o desempenho organizacional da Unicorp



Fonte: dados da pesquisa (2025)

Com base nas respostas referentes à categoria **Desempenho Organizacional**, observa-se que **60%** dos respondentes concordam totalmente com as afirmações, enquanto **33%** concordam parcialmente e **2%** se mantêm neutros. Esses números indicam que a maioria dos colaboradores percebe positivamente os aspectos relacionados às metas estabelecidas, ao desempenho e ao reconhecimento dentro do setor comercial da Unicorp Faculdades. Contudo, identificam-se pontos que requerem aprimoramento, principalmente no

que tange à clareza na avaliação de desempenho e às práticas de valorização dos resultados alcançados.

As perguntas que tratam das metas, da influência da cultura organizacional e do sentimento de motivação apresentam índices positivos, variando entre **60%** e quase **78%**, demonstrando que os colaboradores reconhecem que as metas são bem definidas, que a cultura favorece o alcance dos objetivos e que existe motivação para atingir os resultados esperados.

Entretanto, a pergunta 16 destaca um ponto de atenção: apenas **55,6%** dos respondentes concordam totalmente em ter clareza sobre como seu desempenho é avaliado, enquanto **44,4%** concordam parcialmente. Tal resultado sugere que a falta de transparência nesse processo pode gerar insegurança e desmotivação. Conforme Schiavoni (2015, p. 90), “Para que o colaborador se desenvolva, ele precisa saber exatamente o que a organização espera dele e como isso será medido.”

Além disso, a pergunta 20, que versa sobre o reconhecimento por parte da liderança quando as metas são atingidas, apresenta uma discordância parcial de **10%**, indicando possível insuficiência nas práticas de valorização. Essa lacuna pode comprometer a motivação e o engajamento dos colaboradores a longo prazo, o que reforça a necessidade de aprimorar os processos de feedback e reconhecimento dentro da instituição.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo geral analisar de que forma a cultura organizacional da Unicorp Faculdades influencia o clima organizacional e o desempenho dos consultores do Setor Comercial Orgânico. A partir da análise dos dados obtidos por meio da aplicação de questionário aos colaboradores, foi possível identificar que os valores institucionais, como ética, respeito e foco, são amplamente reconhecidos e valorizados pelos membros da equipe. Essa valorização contribui para a construção de um ambiente de trabalho positivo, colaborativo e acolhedor, o que, por sua vez, exerce influência direta sobre o clima organizacional, promovendo bem-estar e potencializando o desempenho dos consultores no alcance das metas estabelecidas.

Apesar dessa percepção favorável, a pesquisa revelou alguns pontos críticos que merecem atenção. Foram apontadas lacunas em relação à clareza dos critérios utilizados para avaliação de desempenho, à escassez de feedbacks contínuos e estruturados, bem como à carência de ações mais efetivas de reconhecimento por parte da liderança. Essas questões indicam a necessidade de um alinhamento mais estreito entre a cultura organizacional e as práticas de gestão adotadas.

Dessa forma, recomenda-se que a instituição promova uma revisão dos processos de avaliação, de modo a garantir critérios objetivos, transparentes e compreendidos por todos os colaboradores. Além disso, torna-se essencial estimular uma cultura de feedback constante, capacitando líderes para uma comunicação mais aberta, assertiva e orientada ao desenvolvimento. Também se faz necessário o fortalecimento das práticas de reconhecimento profissional, por meio de iniciativas que valorizem as conquistas individuais e coletivas, reforçando o vínculo entre esforço, resultado e valorização institucional. Do mesmo modo, o aprimoramento dos canais internos de comunicação pode favorecer a escuta ativa e a participação dos colaboradores nas decisões que impactam seu cotidiano laboral, promovendo um sentimento de pertencimento e engajamento.

Como destaca Chiavenato (2014, p. 298), “a cultura organizacional é o que conecta as pessoas aos objetivos da empresa”, o que reforça a importância de alinhar os valores organizacionais com práticas gerenciais consistentes e motivadoras. Assim, conclui-se que, embora a cultura organizacional da Unicorp Faculdades já desempenhe um papel relevante na construção de um clima positivo e no estímulo ao desempenho dos consultores, há espaço para avanços. O investimento em estratégias que promovam maior clareza, reconhecimento e participação pode potencializar ainda mais os resultados do setor comercial orgânico e fortalecer, de forma sustentável, os pilares da cultura institucional.

REFERÊNCIAS

- CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.
- CHIAVENATO, Idalberto; SAPIRO, Giselle. **Gestão do capital humano: fundamentos e tendências**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.
- CRESWELL, John W. **Investigação qualitativa e projeto de pesquisa: escolhendo entre cinco abordagens**. Porto Alegre: Penso, 2014.
- DE BENEDICTO, Samuel Carvalho; DE BENEDICTO, Gideon Carvalho; STIEG, Carlos Maciel; ANDRADE, Gustavo Henrique Nogueira de. Metodologia qualitativa e quantitativa nos estudos em administração e organizações: lições da história da ciência. **Revista de Ciências da Administração**, Lavras, v. 13, n. 30, p. 39-60, maio/ago. 2011.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2010.
- GIL, Antonio Carlos. **Gestão de pessoas: enfoque nos papéis profissionais**. São Paulo: Atlas, 2019.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2010.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2019.
- LITWIN, George H.; STRINGER, Robert A. **Motivação e clima organizacional**. Rio de Janeiro: Zahar, 1974.
- MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. Porto Alegre: Bookman, 2012.
- ROBBINS, Stephen P. **Comportamento organizacional**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.
- ROBBINS, Stephen P. **Comportamento organizacional**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.
- ROBBINS, Stephen P.; JUDGE, Timothy A. **Comportamento organizacional**. 15. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2013.
- SCHEIN, Edgar H. **Cultura organizacional e liderança**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- SCHIAVONI, Eliane. **Gestão de pessoas: uma abordagem prática**. São Paulo: Atlas, 2015.
- SCHIAVONI, Rafael. **Avaliação de desempenho: princípios, métodos e práticas**. São Paulo: Atlas, 2015.
- SPECTOR, Paul E. **Comportamento organizacional: teoria e aplicação**. Porto Alegre: Artmed, 2005.
- SPECTOR, Paul E. **Psicologia nas organizações**. São Paulo: Saraiva, 2005.

APÊNDICE

Questionário aplicado na Equipe Comercial da Unicorp Faculdades.

Cultura Organizacional, Clima de Trabalho e Desempenho no Setor Comercial da Unicorp Faculdades

Para esta pesquisa, foi elaborado um **questionário com 20 perguntas objetivas**, voltadas à compreensão de como os colaboradores do **setor comercial orgânico da Unicorp Faculdades** percebem a cultura organizacional, o clima de trabalho e o impacto desses fatores no seu desempenho e cumprimento de metas.

As questões foram estruturadas em uma escala de concordância de cinco pontos, com alternativas de "a" (**discordo totalmente**) a "e" (**concordo totalmente**)

O questionário teve como objetivo reunir percepções reais do dia a dia dos colaboradores, permitindo uma análise clara sobre como o ambiente organizacional influencia tanto o bem-estar quanto os resultados alcançados pela equipe comercial.

1. CULTURA ORGANIZACIONAL

A missão e os valores da Unicorp Faculdades são bem compreendidos por mim.

Marcar apenas uma oval.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Neutro / Não tenho opinião formada
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

2. Sinto que os valores institucionais são praticados no dia a dia do setor comercial.

Marcar apenas uma oval.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Neutro / Não tenho opinião formada
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

3. A liderança do setor transmite claramente os princípios e a cultura da instituição.

Marcar apenas uma oval.

- Discordo totalmente
 Discordo parcialmente
 Neutro / Não tenho opinião formada
 Concordo parcialmente
 Concordo totalmente

4. Existe coerência entre o que a instituição prega e o que é praticado internamente.

Marcar apenas uma oval.

- Discordo totalmente
 Discordo parcialmente
 Neutro / Não tenho opinião formada
 Concordo parcialmente
 Concordo totalmente

5. O setor comercial valoriza a ética e o respeito nas relações profissionais.

Marcar apenas uma oval.

- Discordo totalmente
 Discordo parcialmente
 Neutro / Não tenho opinião formada
 Concordo parcialmente
 Concordo totalmente

6. A cultura da instituição incentiva a inovação e a busca por novas soluções.

Marcar apenas uma oval.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Neutro / Não tenho opinião formada
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

7. Sinto que faço parte de um propósito maior dentro da instituição.

Marcar apenas uma oval.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Neutro / Não tenho opinião formada
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

8. **CLIMA ORGANIZACIONAL**

O ambiente de trabalho no setor comercial é colaborativo e respeitoso.

Marcar apenas uma oval.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Neutro / Não tenho opinião formada
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

9. Há abertura para diálogo e escuta ativa entre os membros da equipe.

Marcar apenas uma oval.

- Discordo totalmente
 Discordo parcialmente
 Neutro / Não tenho opinião formada
 Concordo parcialmente
 Concordo totalmente

10. Me sinto à vontade para expressar minhas ideias e opiniões.

Marcar apenas uma oval.

- Discordo totalmente
 Discordo parcialmente
 Neutro / Não tenho opinião formada
 Concordo parcialmente
 Concordo totalmente

11. Os conflitos internos são tratados de forma ética e respeitosa.

Marcar apenas uma oval.

- Discordo totalmente
 Discordo parcialmente
 Neutro / Não tenho opinião formada
 Concordo parcialmente
 Concordo totalmente

12. Recebo apoio dos colegas e da liderança quando enfrento dificuldades.

Marcar apenas uma oval.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Neutro / Não tenho opinião formada
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

13. O ambiente contribui para meu bem-estar emocional e motivação diária.

Marcar apenas uma oval.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Neutro / Não tenho opinião formada
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

14. Sinto que sou valorizado(a) pela equipe e pela instituição.

Marcar apenas uma oval.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Neutro / Não tenho opinião formada
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

15. **DESEMPENHO E METAS**

As metas estabelecidas para o setor comercial são claras e alcançáveis.

Marcar apenas uma oval.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Neutro / Não tenho opinião formada
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

16. Tenho clareza sobre como meu desempenho é avaliado.

Marcar apenas uma oval.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Neutro / Não tenho opinião formada
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

17. A cultura da instituição contribui positivamente para que eu alcance minhas metas.

Marcar apenas uma oval.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Neutro / Não tenho opinião formada
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

18. O clima organizacional impacta diretamente minha produtividade.

Marcar apenas uma oval.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Neutro / Não tenho opinião formada
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

19. Me sinto motivado(a) a alcançar os resultados esperados pela instituição.

Marcar apenas uma oval.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Neutro / Não tenho opinião formada
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

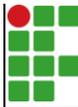
20. Existe reconhecimento por parte da liderança quando as metas são atingidas.

Marcar apenas uma oval.

- Discordo totalmente
- Discordo parcialmente
- Neutro / Não tenho opinião formada
- Concordo parcialmente
- Concordo totalmente

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
	Campus João Pessoa - Código INEP: 25096850
	Av. Primeiro de Maio, 720, Jaguaribe, CEP 58015-435, João Pessoa (PB)
	CNPJ: 10.783.898/0002-56 - Telefone: (83) 3612.1200

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

Trabalho de Conclusão de Curso

Assunto:	Trabalho de Conclusão de Curso
Assinado por:	Manuela Costa
Tipo do Documento:	Anexo
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- **Ana Manuela Nascimento Costa, ALUNO (20142460251) DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO - JOÃO PESSOA**, em 01/09/2025 10:44:59.

Este documento foi armazenado no SUAP em 01/09/2025. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1592508

Código de Autenticação: 9dcccc7589



	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
	Campus João Pessoa - Código INEP: 25096850
	Av. Primeiro de Maio, 720, Jaguaribe, CEP 58015-435, João Pessoa (PB)
	CNPJ: 10.783.898/0002-56 - Telefone: (83) 3612.1200

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

Trabalho e Conclusão de Curso

Assunto:	Trabalho e Conclusão de Curso
Assinado por:	Manuela Costa
Tipo do Documento:	Anexo
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- **Ana Manuela Nascimento Costa, ALUNO (20142460251) DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO - JOÃO PESSOA**, em 03/09/2025 20:38:17.

Este documento foi armazenado no SUAP em 03/09/2025. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1596705

Código de Autenticação: f16a473a13

