



12º Congresso de Pós-Graduação

ESTUDO DA MANIFESTAÇÃO DA CULTURA ORGANIZACIONAL EM UMA EMPRESA FAMILIAR DO SETOR AUTOMOTIVO

Autor(es)

SANETE IRANI DE ANDRADE
CAROLINE RIBEIRO DE MELLO

Orientador(es)

Resumo Simplificado

As empresas familiares apresentam histórias muito peculiares sobre seu início e desenvolvimento bem como aspectos da manifestação da cultura organizacional muitas vezes são quase imperceptíveis pelas pessoas que nelas estão inseridas. A empresa analisada é do ramo de serviços automotivos. Sua história começou no início da década de 1970 tendo como fundador o atual proprietário com o apoio de seu pai. A empresa foi iniciada em instalações bem modestas, no quintal da própria residência do seu idealizador, com auxílio dos membros da família, e atualmente tornou-se um dos grandes centros automotivos da cidade. Trata-se de uma empresa familiar que atua há trinta e três anos no mercado com seis lojas, sendo cinco em Piracicaba/SP e uma em Limeira/SP. A empresa é caracterizada por uma cultura “acolhedora e familiar” compartilhada pelos funcionários, fornecedores e clientes. Por difundirem em sua missão uma relação de confiança e amizade com os colaboradores e clientes diariamente, os gestores têm conseguido manter um número elevado de clientes fidelizados, conforme carteira de clientes cadastrados. O estudo tem como problemática responder a seguinte questão: como a cultura organizacional tem influenciado no sucesso da organização, desde sua fundação até os dias atuais? Para responder este questionamento, a pesquisa tem como objetivo geral estudar alguns aspectos da cultura e do clima organizacional dessa empresa levando-se em consideração a história e os resultados alcançados pelos gestores até o presente momento. A pesquisa empírica trabalhará com entrevista estruturada direcionada aos gestores e com questionários aos funcionários da loja matriz. A temática cultura organizacional teve maior atenção no Brasil, por parte dos acadêmicos e profissionais da área de administração a partir da década de 1980. Para Chiavenato (2009) todas as organizações têm uma cultura própria, é necessário conhecê-la, assimilá-la para dela fazer parte porque todas as atividades desempenhadas participam intimamente desta: é o DNA da organização. Para Chanlat (1994) a cultura resulta em uma interdependência entre história, estrutura social, condições de vida e experiências subjetivas de todos que participam da organização. Alguns aspectos como valores compartilhados, organização formal e informal, artefatos visíveis fazem parte da cultura da empresa e as culturas bem-sucedidas que possuem uma mescla entre cultura conservadora e culturas adaptativas. Segundo Souza et. al (2005, p. 25), amparando-se em Barbosa (2002) o estudo da cultura, em termos da literatura de negócios, “é um conceito que destaca a importância da esfera simbólica do mundo organizacional, valores e crenças que afetam o comportamento das pessoas no seu desempenho econômico e nos processos de mudança”.

Referências

- CHANLAT, Jean-François. O Indivíduo na Organização: Dimensões esquecidas. São Paulo: Atlas, 1994.
CHIAVENATO, Idalberto. Administração de Recursos Humanos: fundamentos básicos. SP: Manole, 2009.
SOUZA, Maria Z. A. et al. Cargos, Carreiras e Remuneração. Rio de Janeiro: FGV, 2005.