INTERFACE TECNOLÓGICA

TIPOS DE ESCALAS PARA ANÁLISE DE SATISFAÇÃO ENTRE COLABORADORES: um estudo de caso em empresa no interior de São Paulo

TYPES OF SCALES FOR EMPLOYEE SATISFACTION ANALYSIS: a case study in a company in countryside of São Paulo

Renan Victor Priosti Rodrigues – renan.victor.p@gmail.com
Faculdade de Tecnologia de Taquaritinga – Taquaritinga – São Paulo – Brasil

Stella Vannucci Lemos – svlemos@yahoo.com.br
Faculdade de Tecnologia de Taquaritinga – Taquaritinga – São Paulo - Brasil

DOI: 10.31510/infa.v18i1.1080
Data de submissão: 08/02/2021
Data do aceite: 09/07/2021
Data da publicação: 30/07/2021

RESUMO

Os colaboradores são a peça mais importante da empresa, se eles não estão satisfeitos, isso pode prejudicar o crescimento de uma empresa, logo é muito importante saber como está a satisfação dos colaboradores. Para isso, existem vários tipos de testes e análises, mas escolher qual o melhor para uma determinada empresa é um desafio. Dito isso, o objetivo deste artigo é comparar os tipos de análises de satisfação aplicadas a colaboradores, utilizando como estudo de caso, uma empresa metalúrgica do interior do estado de São Paulo, e realizando na mesma, uma entrevista com um especialista da empresa. Analisaram-se quatro tipos de questionários, organizando-os em um quadro comparativo com características importantes para sua aplicabilidade, e com respectivas notas, afim de compará-los entre si. Com isso, obteve-se que o questionário com escala *Likert* é o melhor para a empresa estudo de caso, no sentido de mensurar as respostas de forma mais assertiva e facilidade em sua aplicabilidade, servindo de base para futuros estudos em clima organizacional com uso de questionários para satisfação do colaborador.

Palavras-chave: Clima Organizacional; Análise de Satisfação de Colaboradores; Empresa de Médio Porte; Escalas de Mensuração.

ABSTRACT

Employees are the most important part of the company, if they are not satisfied, this can harm the company growth, it is very important to know how the satisfaction of employees is. For this, there are several types of tests and analyzes, but choose which is the best for a given company is a challenge. That said, this article aims to compare types of satisfaction analyzes applied to employees, using a metallurgical company on countryside of the state of Sao Paulo as a case

study, and conducting an interview with a company expert. Four types of questionnaires were analyzed, organizing them in a comparative table with important characteristics for their applicability, and with respective notes, in order to compare them with each other. With that, it was obtained that questionnaire with Likert scale is the best for the company case study, in the sense of measuring the answers more assertively and easily in its applicability, serving as a basis for future studies in organizational climate using questionnaires for employee satisfaction.

Keywords: Organizational Climate; Employee Satisfaction Analysis; Medium-sized company; Measurement Scales.

1 INTRODUÇÃO

Em algumas empresas pequenas ou de médio porte, a satisfação dos colaboradores é vista de uma maneira pouco essencial para manter ou aumentar a produtividade e demanda de investimentos não compensatórios para a empresa. Segundo Ferreira, (2012), as empresas estão preocupadas com seus lucros e esquecem que por traz de uma empresa estão as pessoas, e que são elas a chave principal para que alcancem o objetivo desejado, o lucro.

Segundo Santos (2016), a motivação é o que impulsiona o profissional a realizar suas tarefas da melhor forma possível, sendo importante mostrar a equipe que cada um é fundamental para o sucesso coletivo. Dessa forma, a satisfação é de suma importância nas empresas quando se trata de aumento de produtividade.

A análise de satisfação é realizada através de uma pesquisa, aplicada com um questionário, sendo um desafio escolher o melhor modelo de questionário de acordo com as necessidades, e propor perguntas que sejam importantes para a análise dos dados após sua aplicação, (SANTOS, 2010).

Desta forma, este artigo busca analisar seis tipos de conceitos para montagem de questionário, cujos modelos são: NPS (*Net Promoter Score*), questionário com escala de *Likert*, questionário com escala *Thurstone*, e questionário com escala de diferencial semântico.

Estabelecido o objetivo, é necessário ressaltar que este estudo é uma revisão de tipos de questionários existentes, utilizados para a análise de satisfação dentro de empresas, explanando os pontos positivos e negativos de cada tipo de questionário, afim de auxiliar futuros trabalhos para a escolha mais adequada.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Clima Organizacional

De acordo com Chiavenato (2014), o clima organizacional é a representação do ambiente psicológico e social que condiciona na empresa o comportamento dos seus membros, ou seja, o clima organizacional está ligado diretamente nas ações e comportamento tanto positivo quanto negativo dos seus profissionais.

Descrito por Santos (2016), o clima organizacional é extremamente importante para uma empresa se manter no mercado, visto que é necessário ter uma equipe motivada, pois isso contribuirá de forma significativa para os bons resultados que uma empresa almeja.

Mesmo tendo certa dificuldade, as empresas que desejam analisar o clima organizacional, realizam pesquisas internas, onde são aplicadas através de questionários (SANTOS, 2010), sendo assim, a análise de quais dados serão analisados e o tipo de questionário que se deve usar, impacta diretamente na qualidade dos resultados da pesquisa.

2.2 Questionários de Análise de Satisfação em Empresas

2.2.1. *Net Promoter Score* (NPS)

Explicado por Santana (2016), a ferramenta *Net Promoter Score* (NPS) foi criada por Fred Reichheld, diretor da Bain & Company em 2003 e por meio de um artigo publicado na Harvard Business Review em 2006, teve seu lançamento.

O NPS é uma ferramenta simples e de fácil entendimento que mensura a satisfação e lealdade dos clientes, porém a ferramenta teve suas evoluções e hoje pode ser chamado de um sistema de gestão, onde também mede o empenho e satisfação dos funcionários (SANTANA, 2016).

Segundo Almeida (2014), o NPS é aplicado com apenas uma pergunta simples que varia sua pontuação de 0 a 10 e que o analisado responde: “Numa escala de 0 a 10, qual é a probabilidade de você nos recomendar a um amigo? ”, e acrescentando uma pergunta após a primeira, se necessário “Qual é o motivo mais importante para a nota que você nos deu? ” (ALMEIDA, 2014).

A pesquisa traz como resultado os *Promoters* (aqueles que dão nota 9 e 10, interpretados como pessoas leais), os Neutros (são os que dão nota 7 e 8, classificados como colaboradores que podem mudar de empresa se verem algo mais atrativo) e os Detratores (notas abaixo de 6, representam pessoas que estão decepcionadas ou descontentes com a empresa).

Com essa ferramenta pode-se ter uma análise de forma simples, tomando decisões para manter os *promoters* leais, montar estratégia para transformar os neutros em promoters e promover melhorias para mudar os aspectos negativos nos detratores.

2.2.2. Escala Likert

Descrito por Bermudes (2016), a escala Likert foi criada pelo educador e psicólogo Rensis Likert em 1932, teve seu desenvolvimento usando uma escala de cinco pontos como meio de medir atitudes e concluiu que poderia captar mais informações do que os outros métodos.

O método Likert é disposto com cinco níveis de concordância, sendo: discordo totalmente, discordo, concordo em partes, concordo e concordo totalmente. Como exemplo de Barom (2017), pode-se utilizar valores sendo baseados nas respostas da seguinte forma: -2, -1, 0, 1 e 2, fazendo isso acha-se a média das somas das respostas.

Descrito por Bermudes (2016), a escala Likert é uma das ferramentas mais usadas para medição de atitudes, quando se tem a necessidade de medição de valores sociais capaz de medir a percepção da consciência interna e ainda traz um resultado da intensidade das respostas dos indivíduos entrevistados.

2.2.3. Escala Thurstone

A escala *Thurstone* foi criada pelo pesquisador Louis Leon Thurstone em 1928, e teve como principal objetivo mensurar atitudes psicofísicas. A escala é aplicada através de um questionário sem incluir a sua intensidade sobre o tema. A medição avalia a opinião do entrevistado sobre um determinado contexto social, analisando sua opinião (BERMUDES, 2016).

Continuando com a descrição de Bermudes (2016), na construção da escala *Thurstone* é realizada inicialmente uma lista de frases curtas e simples sobre o assunto relacionado com o tema em que se deseja medir e como respostas, são dadas as opções de Concordo ou Discordo, e ainda, é sugerido um grupo de no mínimo 50 pessoas. Após a aplicação do questionário, é necessário atribuir peso para cada pergunta no teste e assim o cálculo é semelhante a escala *Likert*.

A escala *Thurstone* ainda é muito usada, porém sua utilização está diminuindo, mesmo sendo uma boa escala para mensurar análises de atitudes, é muito trabalhosa para desenvolver quando comparada com outras semelhantes (CUNHA, 2007).

2.2.4. Questionário com Escala de Diferencial Semântica

Segundo Passos (2014), a escala de diferencial semântico foi criada por Osgood, Suci e Tannenbaum em 1957, e é uma técnica que utiliza como base o sentido da linguagem e possibilita medir a reação das pessoas expostas as palavras e conceitos, ou seja, é uma técnica psicométricas.

A escala de diferencial semântico é bem parecida em termos de aplicação com a escala já descrita acima, a escala *Likert*, a diferença é que o questionário traz perguntas para medir a atitude emocional sobre o tema abordado, não tendo as perguntas diretamente sobre assunto proposto.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa é um estudo de caso, realizado em uma empresa de médio porte fabricante de implementos agrícolas situada na cidade de Matão, interior do estado de São Paulo, sendo uma empresa com mais de 20 anos no mercado, que atua no ramo agroindustrial e conta com aproximadamente 150 colaboradores.

Como mencionado por Chiavenato (2014), o clima organizacional é de suma importância para o crescimento de uma empresa, e dessa forma, para a empresa se estabelecer no mercado, ou até mesmo se expandir, é necessário a mensuração da satisfação dos colaboradores. Com isso, há a importância de escolher da melhor forma um questionário para analisar algo tão importante.

Para analisar os métodos apresentados, é necessário estabelecer algumas características entre as escalas e analisar qual é mais viável para a empresa estudada, sendo assim foi levado em consideração as seguintes características:

- Simplicidade da elaboração: Para algumas escalas, sua elaboração pode ser complexa ou exigir um conhecimento mais aprofundado para ser elaborada.

- Simplicidade do questionário: Na empresa, há colaboradores de diversos níveis educacionais, desde leigos até eruditos, e visto que é necessário analisar a complexidade do questionário.
- Tempo para respostas: Ser um questionário rápido e eficiente é o objetivo esperado, assim o tempo com que se demora para responder as perguntas é muito importante tanto para aplicação do teste quanto para manter o interesse dos avaliados.
- Facilidade da análise dos resultados: Após ser aplicado o questionário, é necessário a verificação das respostas e a facilidade para se fazer esta análise, dessa forma, um método que seja eficiente nas respostas deve ser considerado.
- Direcional dos problemas: Esta característica tem como objetivo, analisar qual método apresenta o melhor direcional quanto aos problemas apontados nos resultados, visto que não é suficiente saber que há problemas como o clima organizacional, e assim é necessário saber em que ponto específico está sendo mais afetado de forma negativa.

Foi realizado uma análise com o especialista responsável pelo departamento de recursos humano da empresa. Nessa troca de informação foi definido o grau de importância para cada uma das características nos questionários, a aptidão de cada questionário com relação as necessidades da empresa e assim foi possível definir qual o melhor método para a empresa descrita.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Este estudo tem como objetivo demonstrar a importância do clima organizacional e auxiliar no desenvolvimento do melhor método para pesquisa de satisfação. Para isso foi realizado o estudo de caso na empresa de médio porte e foi realizado uma entrevista com o especialista da empresa para auxiliar nos pontos em que o mesmo determinava o mais importante sobre cada análise realizada dos métodos estudados.

Para cada característica foi elaborado uma explicação para melhor escolher o método com uma escala de 1 à 3, sendo o peso 1 referente a “pouco relevante”; peso 2 sendo “neutro”;

e peso 3, referente a “relevante”. Dito isso, seguem as características com seus respectivos pesos e análises junto ao especialista da empresa:

- Simplicidade na elaboração (peso 1): Não havia problema para a simplicidade do questionário, desde que também não necessitasse de um especialista ou que não fosse possível ser elaborado pelo próprio departamento de recursos humano.
- Simplicidade do questionário (peso 2): Pensando nas pessoas que iriam responder, esta característica não pode ser irrelevante, pois pode-se haver pessoas de pouco grau de escolaridade, logo exigir que a pessoa tenha algum conhecimento específico para conseguir responder poderia afetar na confiabilidade do resultado.
- Tempo para as respostas (peso 1): Esta característica não teve muita relevância para a empresa, pois desde que não seja algo que demore horas, o tempo não interfere.
- Facilidade da análise dos resultados (peso 3): Esse foi um ponto bem discutido, essa característica é muito relevante por poder necessitar de muitos cálculos complexos ou de um profissional externo para analisar os resultados.
- Direcional dos problemas (peso 3): outra questão essencial para o especialista é possuir um direcional de área, ou seja, conhecer o motivo que pode estar ocasionando descontentamento entre as pessoas. Isso auxilia muito tanto na tomada de decisão, quanto no tempo necessário para encontrar tal problema-objeto, caso o método utilizado não demonstre.

Baseado nas análises para se comparar as escalas, elaborou-se um quadro comparativo (Quadro 1) entre os questionários e suas respectivas características, elencando-os com notas de 1 (Discordo), 2 (neutro) e 3 (Concordo).

Para cada método utilizou-se a seguinte hipótese: “O método em questão é complexo para ser elaborado”. Dito isso, pode-se testar a hipótese para cada tipo de questionário e assim, relacionar notas com os mesmos afins de comparação.

Quadro 1. Comparação entre questionários de clima organizacional

Tipos de questionários	***Simplicidade na elaboração (peso 1)***	***Simplicidade do questionário (peso 2)***	***Tempo para as respostas (peso 1)***	***Análise dos resultados (peso 3)***	***Direcional dos problemas (peso 3)***	***Somatória das notas***
NPS	3	3	3	2	1	21
Likert	2	3	2	3	3	28
Thurstone	1	2	2	3	3	25
Semântica	1	2	2	2	3	22

Fonte: Autores (2021).

A somatória de notas por método analisado, como pode ser observado no quadro 1, foi obtida pela equação 1:

$$\Sigma_{notas} = (X_1*1) + (X_2*2) + (X_3*1) + (X_4*3) + (X_1*3) \quad (1)$$

Em que:

X_1: simplicidade na elaboração

X_2: simplicidade do questionário

X_3: tempo para as respostas

X_4: análise dos resultados

X_5: direcional dos problemas

Assim, analisando o quadro 1, pode-se observar que o NPS é a escala mais simples, porém seus resultados não conseguem direcionar de forma satisfatória a área que pode estar apresentando um desagrado dos colaboradores.

Já a escala *Likert* teve a maior somatória de notas nas características, sendo um tipo de questionário destacado também pelo especialista, já que essa escala contém intensidade nas respostas, sendo um método mais assertivo.

O *Thurstone*, obteve a segunda colocação na classificação, ficando uma posição abaixo da escala *Likert*, e isso ocorreu por ser um método menos simples em sua elaboração do questionário, e sem a intensidade das respostas.

Por fim, o questionário de escala diferencial semântica obteve notas de tempo e direcional dos problemas semelhantes a escala *Likert*, porém tanto sua elaboração e análise dos resultados se mostram mais complexas, já que envolvem perguntas relacionadas a sentimentos

em geral, necessitando de um psicólogo ou alguém com maior conhecimento na ferramenta para uma boa elaboração das perguntas.

Analisando os resultados, pode-se observar que o NPS obteve a menor nota, mas isso não significa que esta escala não é boa, apenas mostra que para as características abordadas pelo grau de importância para a empresa analisada, a escala NPS tem um desempenho menor comparado aos outros.

Dessa forma, a escala *Likert* obteve a maior somatória de notas de acordo com o quadro 1 e, portanto, foi a escala escolhida como o melhor questionário entre os analisados para realização da análise de satisfação na empresa do estudo de caso desta pesquisa.

Logo, baseado na escala *Likert*, desenvolveu-se junto com o especialista da empresa, um questionário de satisfação geral do colaborador (quadro 2), ou seja, apenas perguntas já direcionadas a satisfação, não sendo um questionário completo que teria que envolver o setor, mas sim um questionário no sentido de fazer um levantamento sobre a opinião do colaborador perante a empresa e sua satisfação em geral.

Quadro 2. Questionário elaborado de acordo com a análise *Likert*.

01 - Eu gosto de trabalhar nesta Empresa. ( ) Muito Insatisfeito ( ) Insatisfeito ( ) Satisfeito ( ) Muito Satisfeito
02 - O relacionamento no setor em que trabalho é bom e estou satisfeito. ( ) Muito Insatisfeito ( ) Insatisfeito ( ) Satisfeito ( ) Muito Satisfeito
03 - Sinto-me motivado para o trabalho. ( ) Muito Insatisfeito ( ) Insatisfeito ( ) Satisfeito ( ) Muito Satisfeito
04 - Gosto do trabalho que faço na Empresa. ( ) Muito Insatisfeito ( ) Insatisfeito ( ) Satisfeito ( ) Muito Satisfeito
05 - Gosto do meu ambiente de trabalho. ( ) Muito Insatisfeito ( ) Insatisfeito ( ) Satisfeito ( ) Muito Satisfeito
06 - Sinto-me estimulado a aprender. ( ) Muito Insatisfeito ( ) Insatisfeito ( ) Satisfeito ( ) Muito Satisfeito
07 - Sinto que posso crescer profissionalmente em minha área. ( ) Muito Insatisfeito ( ) Insatisfeito ( ) Satisfeito ( ) Muito Satisfeito
08 - Levando em conta o que faço na Empresa, considero meu salário justo. ( ) Muito Insatisfeito ( ) Insatisfeito ( ) Satisfeito ( ) Muito Satisfeito

Fonte: Autores (2021).

O modelo de questionário observado no quadro 2, foi analisado para trazer de forma simples e direta algumas das perguntas mais comuns em termos de satisfação na empresa, pode ser utilizado futuramente em qualquer empresa ou estudo que se enquadre com as características abordadas como importantes nesta pesquisa e ainda, como base para desenvolvimento de outro questionário mais específico.

5 CONCLUSÕES

Este estudo teve como objetivo ressaltar a importância de um clima organizacional satisfatório em uma empresa, sua mensuração de forma adequada e assim, escolher um questionário de análise que seja o mais adequado para sua aplicação.

Nesta pesquisa foi possível escolher o melhor tipo de escala, elaborar um questionário junto de um especialista da empresa, definir as características mais importantes para a empresa estudada e analisar as suas características mais importantes com respectivos "pesos", afim de mensurar da maneira mais adequada qual o melhor método a se utilizar.

Entre os métodos analisados, o que mais se enquadrou nas necessidades da empresa foi a escala *Likert*, que para o especialista entrevistado, tem intensidade nas respostas e consegue analisar a área que teve o melhor ou pior resultado.

Os resultados encontrados nesta pesquisa são direcionados para empresas de médio porte, da área de metalurgia e/ou implementos agrícolas, sendo que, para empresas de outras áreas ou de maior porte, seja necessária uma reavaliação das características analisadas, contudo esta pesquisa pode servir de base para análises semelhantes ao tema abordado com empresas similares ao estudo de caso descrito.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, J. **Net Promoter Score: Ferramenta de apoio às decisões estratégicas de marketing de serviços**. 2014, 20 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, 2014. Disponível em: PDF - Jadeilton de Almeida.pdf (uepb.edu.br). Data de acesso: 18 nov. 2020.

BAROM, W. C. C. **Integração latino-americana e consciência histórica: a noção de pertencimento latino-americano de jovens brasileiros no ano de 2013.** 2017, 253 f. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Estadual de Ponta Grossa, 2017. Disponível em: TEDE: INTEGRAÇÃO LATINO-AMERICANA E CONSCIÊNCIA HISTÓRICA: A noção de pertencimento latino-americano de jovens brasileiros no ano de 2013 (uepg.br). Data de acesso: 20 nov. 2020.

BERMUDES, W. L.; SANTANA, B. T.; BRAGA, J. H. O.; SOUZA, P. H. Tipos de escalas utilizadas em pesquisas e suas aplicações. **Vértices**, Campos dos Goytacazes, v. 18, n. 2, p. 7-20, 2016. Disponível em: http://dx.doi.org/10.19180/1809-2667.v18n216-01. Data de acesso: 20 nov. 2020.

CHIAVENATO, Introdução à teoria geral da administração. 9.ed. Editora Manole, 2014

CUNHA, L. M. **Modelos Rasch e Escalas de Likert e Thurstone na medição de atitudes.** 78 f. 2007. Dissertação (Mestrado em Probabilidades e Estatística). Universidade de Lisboa, Lisboa, Portugal, 2007.

FERREIRA, S. C. S. F. **A cultura organizacional e suas contribuições**. Universidade Candido Mendes, 2012.

PASSOS, M. F. D. **Elaboração e validação de escala de diferencial semântico para avaliação de personalidade.** 135 f. 2014. Tese (Doutorado em Psicologia). Universidade de Brasília. Brasilia, 2014.

SANTANA, J. K. S. **Implantação da metodologia net promoter score em uma microempresa**. 2016. 59 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande, 2016. Disponível em: http://dspace.sti.ufcg.edu.br:8080/jspui/handle/riufcg/12243. Data de acesso: 15 nov. 2020.

SANTANA, J. K. S. Implantação da metodologia Net Promoter Score em uma microempresa, 2016.

SANTOS, C. M.; VIEIRA, D.; HENKE, F. S.; CICHELLO, N. P. C.; BAIAO, T. M. S.; CUNHA, M. A. A importância da motivação no ambiente de trabalho. **Revista Aten@**, v. 1, 2016. Disponível em:

http://periodicosunimes.unimesvirtual.com.br/index.php?journal=gestaoen egocios&page=index. Data de acesso: 22 nov. 2020.

SANTOS, M. R.; CODA, R.; MAZZALI, L. Clima organizacional e desempenho financeiro. **Revista Universo Contábil**, v. 6, n 2, abril-junho, 2010.