

**Título: Dimensões constituintes da identidade organizacional de uma universidade de capital aberto**

Autor(es) Nadia Cristina Dessupoio; Paulo Roberto da Costa Vieira\*; Cecilia Lima de Queiróz Mattoso; Jorge Augusto de Sá Brito e Freitas

E-mail para contato: paulo.vieira@estacio.br

IES: UNESA / Rio de Janeiro

Palavra(s) Chave(s): identidade organizacional; análise de componentes principais

**RESUMO**

A identidade organizacional refere-se a como as pessoas dentro da organização a veem. Nesse sentido, pode ser definida como um esquema cognitivo coletivo dos membros de uma organização. As características relevantes para o entendimento da identidade da organização devem ser centrais, no sentido de abarcarem a essência do que a organização é; duradouras, por se manterem ao longo do tempo; e distintas, por diferenciarem a organização das demais. Este estudo possui como objetivo geral identificar as dimensões constituintes da Identidade Organizacional de uma universidade de capital aberto localizada na cidade do Rio de Janeiro. Na medida em que a pesquisa é quantitativa, com coleta de dados primários, empregou-se no presente estudo, a pesquisa de survey, com questionário estruturado e auto administrado como instrumento de coleta de dados, o qual contemplou neste trabalho cinco opções de resposta do tipo Likert. O universo da pesquisa foi o corpo de funcionários de uma universidade de capital aberto localizada na cidade do Rio de Janeiro. A população amostral foi constituída por 50 funcionários e definida pelo critério de conveniência. A técnica de tratamento dos dados utilizada foi a análise de componentes principais e os dados foram analisados por meio do pacote estatístico SPSS. Os resultados da pesquisa com base na análise de componentes principais identificaram dois componentes principais. Segundo a percepção dos respondentes, no componente denominado Comunicação, estão reunidas as dimensões: qualidade de comunicação interna, estabilidade no emprego, treinamento funcional dos empregados e característica específicas da empresa. O segundo componente, denominado Comportamento, é relativo ao comportamento dos empregados refletindo as características da empresa. Na análise das cargas referentes ao componente Comunicação, observou-se que a carga fatorial mais significativa recaiu sobre a variável observada relacionada com a qualidade da comunicação interna da empresa, sugerindo que comunicação interna é considerada importante pelos respondentes e, por isso, nomeou este componente. Dessa forma, a identidade organizacional sólida depende de uma Comunicação que, além de demonstrar eficiência, permite administrar conflitos e estabelecer sinergia entre os participantes. A parceria e o compartilhamento de informações promovem resultados mensuráveis e garantem um ambiente propício à promoção de ações de coesão no trabalho e impactam no fortalecimento da identidade organizacional. Outro componente, denominado Comportamento, é representado pela variável observada relativa ao comportamento dos empregados refletindo as características da empresa. Isso sugere que, à medida que a identidade organizacional se fortalece, os valores que norteiam a filosofia da empresa se entranham cada vez mais no comportamento do empregado. A comunicação visa garantir que todos os envolvidos tenham ciência das conquistas da universidade e que estas envolvam cada um deles diretamente. Assim, os funcionários podem considerar que o fortalecimento da Identidade Organizacional pode lhes oferecer segurança e bem-estar. É importante salientar que as percepções de cada indivíduo podem divergir em função da posição na empresa, antiguidade, nível hierárquico, relacionamentos internos, entre outros. No entanto, alguns aspectos serão comuns. E constatou-se que a empresa pesquisada, possui características que a direcionam para o fortalecimento da identidade organizacional, pois apresentou cargas fatoriais elevadas nas dimensões estabelecidas pelo questionário. A dinamicidade das economias industrializadas e suas intrínsecas relações de trabalho fazem com que o assunto seja da maior relevância, uma vez que pode contribuir na formulação de novas práticas gerenciais.