



SEDE PARQUE ECOLÓGICO

CURSO DE PSICOLOGIA

LETICIA FREIRE DE BRITO

ORIENTADOR(A): PROF. DRA. MARA AGUIAR FERREIRA

**CLIMA ORGANIZACIONAL EM SEGMENTO DO COMÉRCIO VAREJISTA:
ESTUDO DE CASO**

FORTALEZA

2022

LETICIA FREIRE DE BRITO

CLIMA ORGANIZACIONAL DE UM SEGMENTO DO COMÉRCIO VAREJISTA:
ESTUDO DE CASO

Projeto de pesquisa referente ao trabalho de conclusão de curso, como requisito para conclusão de graduação de psicologia.

Orientadora: Mara Aguiar Ferreira

Fortaleza

2022

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Centro Universitário Christus - Unichristus
Gerada automaticamente pelo Sistema de Elaboração de Ficha Catalográfica do
Centro Universitário Christus - Unichristus, com dados fornecidos pelo(a) autor(a)

D278 DE BRITO, LETICIA FREIRE.
CLIMA ORGANIZACIONAL DO SEGMENTO COMÉRCIO
VAREJISTA: UM ESTUDO DE CASO / LETICIA FREIRE DE
BRITO. - 2022.
58 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Centro
Universitário Christus - Unichristus, Curso de Psicologia,
Fortaleza, 2022.

Orientação: Prof. Dr. MARA AGUIAR FERREIRA.

1. CLIMA ORGANIZACIONAL. 2. CULTURA
ORGANIZACIONAL. 3. COMÉRCIO VAREJISTA. I. Título.

CDD 150

LETICIA FREIRE DE BRITO

**CLIMA ORGANIZACIONAL NO SEGMENTO COMÉRCIO VAREJISTA: UM
ESTUDO DE CASO**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado ao curso de Psicologia do Centro Universitário Christus, como requisito para obtenção do título de bacharel em Psicologia.

Orientadora: Profa. Dra. Mara Ferreira Aguiar

Aprovado em/_____/_____.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Mara Aguiar Ferreira

Profa. Ms. Elaine Marinho Bastos

Profa. Ms. Karlinne Souza

RESUMO

O presente estudo tem como objetivo analisar o clima organizacional do segmento comércio varejista, mensurando as percepções dos colaboradores de uma organização do comércio, localizada no Município de Fortaleza, a respeito do clima organizacional, com a finalidade de avaliar as dimensões que compõem o clima organizacional em um segmento comércio varejista. Inicialmente foi realizada uma pesquisa bibliográfica para aprofundar dos autores que abordam a temática voltada para sobre o clima organizacional, correlacionando com a cultura das organizações. O percurso metodológico se desenvolveu através de uma abordagem quantitativa, na modalidade de estudo de caso, utilizando-se da Escala de Clima Organizacional (ECO), da autora Martins (2004). A amostra da pesquisa teve participação de quinze colaboradores das áreas do e-commerce, marketing e SAC. A ECO foi segmentada em cinco categorias para realizar a análise: Apoio da chefia e da organização, Recompensa, Conforto físico, Controle/pressão no trabalho e Coesão entre colegas. Certificou-se, por meio da análise teórica, que as categorias Conforto físico e Coesão entre colegas são as que mais apontam indicadores que afirmam o clima como bom, apesar das lacunas existentes. As categorias Apoio da chefia e da organização, Recompensa e Controle/pressão no trabalho apresentam indícios de um clima que pode ocasionar estresse no ambiente de trabalho, pois aspectos como o controle exagerado da organização sobre o colaborador e a falta de recursos para qualidade das tarefas e produtividade evidenciam que vir a comprometer o clima. Contudo, mudanças organizacionais, não planejadas e sem a participação dos integrantes, são abordadas como aspectos negativos que influenciam para um clima ruim.

Palavras-chave: Clima organizacional. Cultura Organizacional. Comércio Varejista.

ABSTRACT

This study aims to analyze the organizational climate of the retail trade segment, measuring the perceptions of employees of a trade organization, located in the city of Fortaleza, regarding the organizational climate, with the purpose of evaluating the dimensions that make up the organizational climate in a retail trade segment. Initially, a bibliographical research was carried out to deepen the authors that approach the theme focused on the organizational climate, correlating with the culture of the organizations. The methodological course was developed through a quantitative approach, in the form of case study, using the Organizational Climate Scale (OCO), by the author Martins (2004). The research sample had the participation of fifteen employees from the areas of e-commerce, marketing and Customer Service. ECO was segmented into five categories to carry out the analysis: Support from management and the organization, Reward, Physical comfort, Control/pressure at work and Cohesion among colleagues. It was verified, through theoretical analysis, that the categories Physical comfort and Cohesion among colleagues are the ones that most indicate indicators that affirm the climate as good, despite the existing gaps. The categories Support from management and the organization, Reward and Control/pressure at work show signs of a climate that can cause stress in the work environment, as aspects such as the organization's exaggerated control over the employee and the lack of resources for the quality of tasks and productivity show that it will compromise the climate. However, organizational changes, unplanned and without the participation of members, are addressed as negative aspects that influence a bad climate.

Keywords: Organizational climate. Organizational culture. Retail business

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Dados sócio-ocupacionais.....	22
--	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Item 06.....	25
Gráfico 2 - Item 17.....	25
Gráfico 3 - Item 10.....	26
Gráfico 4 - Item 12.....	26
Gráfico 5 - Item 16.....	27
Gráfico 6 - Item 30.....	28
Gráfico 7 - Item 26.....	29
Gráfico 8 - Item 32.....	29
Gráfico 9 - Item 27.....	30
Gráfico 10 - Item 22.....	30
Gráfico 11 - Item 39.....	31
Gráfico 12 - Item 47.....	32
Gráfico 13 - Item 38.....	32
Gráfico 14 - Item 37.....	33
Gráfico 15 - Item 46	33
Gráfico 16 - Item 54.....	34
Gráfico 17 - Item 49.....	35
Gráfico 18 - Item 55.....	35
Gráfico 19 - Item 53	36
Gráfico 20 - Item 52	36

Gráfico 21 - Item 62	37
Gráfico 22 - Item 60	38
Gráfico 23 - Item 59	38
Gráfico 24 - Item 58	39

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	07
2. OBJETIVOS.....	09
2.1 Objetivo Geral.....	09
2.2 Objetivos Específicos.....	10
3. REFERENCIAL TEÓRICO.....	10
3.1 Clima Organizacional.....	10
3.2 Segmento Comércio Varejista: Uma breve contextualização.....	14
3.3 Clima Organizacional e Comércio Varejista.....	16
4. PERCURSO METODOLÓGICO.....	19
4.1 Delineamento.....	19
4.2 Cenário.....	20
4.3 Participantes.....	20
4.4 Instrumentos de Construção de Dados.....	21
4.5 Compromisso Social e Ético da Pesquisa.....	21
5. ANÁLISE DE DADOS.....	21
5.1 CARACTERÍSTICAS DA AMOSTRA.....	22
6. RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	23
6.1 CATEGORIA APOIO DA CHEFIA E DA ORGANIZAÇÃO.....	24
6.2 CATEGORIA RECOMPENSA.....	27
6.3 CATEGORIA CONFORTO FÍSICO.....	30

6.4 CATEGORIA CONTROLE/PRESSÃO DO TRABALHO	34
6.5 CATEGORIA COESÃO ENTRE COLEGAS	37
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	39
8. REFERÊNCIAS.....	43

1. INTRODUÇÃO

A globalização com o desenvolvimento das tecnologias, redes, comunicação e informação, modificaram o âmbito do trabalho trazendo a inovação e criação de novos projetos acerca das instituições relacionados a identidade, economia, estratégias, perfil de colaboradores, o que se configura como um novo padrão de funcionamento nas organizações (LAZZARESCHI, 2018).

Neste cenário o mercado busca uma operação de trabalho mais qualificada, frente aos fenômenos cognitivos, comportamentais que se tornaram mais visados e valorizados para o dinamismo das organizações e com isso, surge a necessidade de buscar compreender as múltiplas dimensões que compõem a realidade organizacional.

Nesta perspectiva, ao longo do tempo os fatores internos passam a ser fenômenos de pesquisas frequentes perpassando sobre qualidade de vida, ergonomia, gestão de pessoas, saúde mental e o combate ao assédio moral no trabalho. Deste modo observa-se uma nova visão nas instituições acerca dos trabalhadores como grandes protagonistas da rentabilidade e que asseguram a longevidade organizacional (BISPO, 2006).

Considerando o exposto, tem-se o clima organizacional como uma das dimensões para compreensão da realidade laboral. Trata-se de um conceito que surge para leitura interna do âmbito do trabalho, e se constitui como um instrumento que possibilita a leitura da dinâmica organizacional sobre aspectos que afetam os trabalhadores acerca do comportamento, atitudes, qualidade de vida e desempenho da organização. Ou seja, apresenta-se as características do ambiente interno de trabalho sobre o comportamento humano. Observa-se as percepções dos colaboradores no que se refere ao contexto de trabalho, referindo percepções similares que atribuem as concepções da base organizacional (MARTINS, 2008).

O clima organizacional estrutura-se com base nas percepções compartilhadas entres os trabalhadores e como eles se sentem estando no contexto de trabalho, sendo caracterizado por atuação prática, políticas institucionais, procedimentos realizados e rotinas organizacionais. Deste modo, torna-se possível ampliar ou reduzir a produtividade, atingir a qualidade e conseguir prolongar a vida útil da organização (IWAI, 2019).

Observa-se que o clima organizacional se diferencia de acordo com a empresa, cultura e trabalhadores, pois se faz necessário para a equipe o engajamento para melhor o desempenho das atividades. Sendo assim, os critérios estabelecidos pela organização e seus funcionários, podem gerar impactos negativos e positivos conforme cada atuação (SANTOS, 2020). Assim sendo, a particularidade de uma organização está diretamente ligada à sua cultura (LUZ, 2012).

Deste modo, diferentes categorias organizacionais possuem características próprias considerando as especificidades da configuração do trabalho e funcionamento interno das organizações que se constituem em diversos segmentos de atuação como moda, industrial, farmacêutico, alimentício e entre outros. Dentre estes, destaca-se o comércio varejista que, por sua grande abrangência, impacta na economia, empregabilidade e a sua operação de trabalho.

Posto isso, este segmento do comércio configura-se com atividades que se relacionam diretamente com o público, sejam estes contextos físicos ou virtuais, pois é necessário obter a fidelidade do cliente, prospecção de vendas, atingir as exigências das metas estabelecidas com objetivo de superar a concorrência. Neste cenário observa-se ritmo intenso de operação que acaba gerando pressão e sobrecarga de trabalho.

Em vista disso, o alto nível de estresse coincide com as manifestações de adoecimento devido a experiência ou a percepção do clima organizacional que reproduzem estímulos reforçadores negativos. Isto ocorre na execução de atividades desagradáveis, relações de trabalho fragilizadas e a competitividade que geram sentimentos de impotência, insatisfação e frustração no âmbito do trabalho (COELHO, 2004).

Mediante o exposto, este trabalho busca analisar o clima organizacional do comércio varejista com trabalhadores inseridos neste segmento, utilizando a escala multidimensional (ECO). O estudo está ancorado na seguinte pergunta: Como os trabalhadores percebem as dimensões que compõem o clima organizacional do comércio varejista? Considerando o problema de pesquisa mencionado, tem-se como objeto a análise do clima organizacional do segmento.

O propósito deste estudo é realizar uma análise do clima organizacional em uma empresa de grande porte do comércio varejista, utilizando a Escala de Clima Organizacional (ECO) elaborada por Siqueira (2008). Trata-se de uma escala multidimensional, que tem por objetivo mensurar a percepção dos colaboradores

sobre comportamento, atitudes, qualidade de vida e desempenho no contexto organizacional e do trabalho.

Torna-se pertinente buscar a análise interna do segmento, visto que, o varejo se configura um segmento marcado por ritmo de trabalho intenso com pressão por resultados, competitividade, cobranças, alto nível de responsabilidade e baixa tolerância a erros na operação. Posto isto, a proposta desta investigação é aprofundar a compreensão acerca do clima organizacional varejista, através de trabalhadores dos segmentos setores: marketing, e-commerce e SAC.

O estudo intenciona contribuir para a compreensão do cenário laboral contemporâneo, mediante análise de construtos relacionados ao clima do comércio varejista. Almeja fomentar a articulação da teoria com a prática por meio do levantamento de dados científicos sobre o tema. Por fim, almeja a obtenção de conhecimentos que poderão embasar futura prática da pesquisadora na área.

2. OBJETIVOS

Objetivo geral:

- Analisar o clima organizacional do segmento comércio varejista.

Objetivo Específicos:

- Verificar a relação entre clima e variáveis sócio profissionais dos trabalhadores do comércio varejista.

3. REFERENCIAL TEÓRICO

3.1. CLIMA ORGANIZACIONAL

O conceito de clima organizacional apresenta-se com diferentes autores diante do contexto teórico, surgindo a partir da década de 80. Torna-se pertinente percorrer o seu histórico com suas definições para compreender os principais conceitos-chave. Destacando-se frente ao âmbito do trabalho com interpretação e percepções de trabalhadores que compõem a leitura do ambiente organizacional.

Martins (2008) refere que o clima organizacional é um conceito que interliga o comportamento do sujeito com o contexto de trabalho na perspectiva do âmbito laboral e da qualidade de vida no trabalho, no que concerne aspectos psicológicos.

Tamayo, Lima e Silva (2004) declaram que o clima organizacional consiste na interpretação do trabalhador acerca do contexto de trabalho. Refere-se à interpretação e a percepção partilhadas entre os empregados que compõem o ambiente organizacional são o que constituem o clima organizacional. No entanto, entende-se que a interpretação está relacionada aos aspectos individuais conforme o contexto laboral da atuação.

De acordo com Luz (2003) refere o conceito de clima organizacional com três princípios fundamentais, referindo acerca da percepção, satisfação e a cultura organizacional, enfatizando que os termos expostos estão relacionados, mas apresentam diferenças e especificidades. Afirma que o clima organizacional associa-se com a satisfação do empregado e a sua percepção do âmbito organizacional.

Puente-Palacios e Martins (2013) assinalam que o clima psicológico indica a união afetiva entre o trabalhador e o ambiente de trabalho, diferenciando-se do organizacional, que busca percepções compartilhadas. Observa-se que essa diferença tornou o conceito de clima organizacional relacionado para percepção coletiva, entretanto, abrange fenômenos intrínsecos dos indivíduos.

O clima organizacional denomina-se como o centro das percepções dos trabalhadores referente às características organizacionais quanto também as particularidades consideradas relevantes, que relacionam-se e compõem a abordagem interacionista (Schneider e Reichers, 1983 apud MARTINS, 2008). Deduz-se que este conceito faz-se pertinente na contemporaneidade das

organizações, visto que, mediante o clima, a percepção e o significado do trabalho por parte dos empregados podem ser constantemente modificados.

O clima é definido pela qualidade do contexto organizacional, que é percebida pelos indivíduos que o compõem. Entretanto, o clima organizacional baseia-se também em aspectos referente às condições de saúde, estrutura física, sociais e familiares dos clientes internos (LUZ, 2012). Para Puente-Palacios e Martins (2013) a oportunidade de encareiramento profissional nas organizações são fatores que também influenciam diretamente o clima.

Tamayo, Lima e Silva (2004) afirmam que o clima organizacional constitui-se pelo contexto interno das organizações, a atmosfera psicológica e a especificidade de cada organização. O clima refere-se aos fenômenos acerca da motivação, desempenho humano, estado físico e emocional que relacionam-se com todos os indivíduos da organização, sendo indícios de extrema relevância para leitura da dinâmica organizacional.

Segundo Chaerki e Camparoto (2019) o clima organizacional interliga-se com os aspectos internos e externos das organizações, apresentando-se diante, por exemplo, dos modelos de liderança da instituição, situação política, percepção de colaboradores antes mesmo de fazer parte do grupo, ou seja, este conjunto de variáveis podem contribuir com o clima organizacional.

Luz (2012) refere que o clima e a cultura organizacional são atributos necessários que se complementam e formam uma relação única, pois a cultura tem grande influência no clima, ou seja, afirma-se que cultura é a causa e o clima é consequência. Contudo, essa relação configura-se pelo grau de satisfação dos trabalhadores, denominada de clima, proveniente da cultura.

Para Ferreira, Ramal (2017) a cultura é mais consolidada e mais complexa para ser transformada, diferenciado-se do clima organizacional que apresenta-se menos estável e pode ser transfigurado com mais facilidade, assim dizendo, conforme as relações interpessoais experienciadas pelos sujeitos. O clima é a resposta da cultura, com quem vincula-se aos seus efeitos (ALBANO, LIMA, 2002).

Posto isto, Albano e Lima (2002) referem que o clima também influencia na produtividade e no bem-estar dos empregados, enfatizando acerca dos fatores comportamentais, emocionais e físicos dos indivíduos, assim como eles também são influenciados. Observa-se que o clima reflete na conduta profissional, desenvolvimento humano com impactos positivos ou negativos nas organizações. O

clima sendo favorável gera espaços para inovação e criatividade entre os membros pertencentes que são fenômenos propícios para as estratégias de negócio.

Luz (2003) indica dois tipos de clima, dividindo com a nomenclatura de clima bom e o clima ruim. O bom remete-se a comportamentos e atitudes em concordância, clima agradável que apresenta-se de forma presente a confiança entre os membros e estabilidade profissional. Incluem-se o sentimento de pertencimento, motivação e entre outros. O clima ruim no contexto organizacional impacta negativamente no ânimo, presença de conflitos, insatisfação que fragilizam o alcance de metas institucionais, e contudo, gerando o adoecimento no trabalho.

O clima pode ser mensurado por diversas ferramentas de diagnóstico organizacional, como por exemplo, entrevista de desligamento, tendo a oportunidade de avaliar os pontos favoráveis ou não favoráveis das organizações, conforme o panorama mencionado pelo entrevistado. Também sendo possível a administração do absenteísmo nas organizações, dados que, podem correspondem a uma análise acerca da satisfação dos colaboradores (PAULA; ALMEIDA, 2014).

Luz (2003) refere dois modelos de avaliação do clima organizacional, sendo divididos os níveis de responsabilidades:

- a) **Avaliação Setorial:** Refere que se constitui na escuta individual dos membros da organização, sendo diretamente a responsabilidade da gestão imediata. Visto que, os gestores têm como missão acompanhar a satisfação, motivação de cada colaborador para direcionamento e capacitação do desenvolvimento humano dos seus liderados. Remete o compromisso da gestão de monitorar o clima e intervir sempre que for necessário.
- b) **Avaliação Corporativa ou Institucional:** É responsabilidade do setor de recursos humanos (RH) remeter a escuta coletiva dos colaboradores, com o objetivo de promover, monitorar, intervir e a ambiência organizacional e assegurar colaboradores com sentimento de pertencimento. Contudo, não se deve delegar o compromisso somente com (RH), mas distribuir para profissionais que tenham formação adequada para acompanhamento e suporte deste projeto nas organizações.

Entende-se que a pesquisa de clima organizacional é definida como uma ferramenta que possibilita a leitura e levantamento dos dados internos, como uma estratégia assertiva para tomada de decisão na gestão de pessoas para

elaboração de diagnóstico e compreender a dinâmica do funcionamento organizacional (MOREIRA 2012).

A pesquisa de clima organizacional resulta para as organizações a atingir a qualidade do clima, encontrar a sinergia entre os colaboradores e alcançar as forças produtivas de trabalho. Potencializando e aprimorando o relacionamento interpessoal e a comunicação interna (BARROS 2005).

3.2. SEGMENTO COMÉRCIO VAREJISTA: UMA BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO

O comércio varejista é um dos mais abrangentes para economia e empregabilidade dos países capitalistas. Entretanto, é um setor com ampla concorrência e exige constantemente inovação e criatividade para manter o destaque no mercado e a fidelidade dos clientes. O segmento registra crescimento de vendas no mercado de 1,4% comparado ao ano de 2020. Contudo, aponta-se em 2021 o quinto ano consecutivo de resultados positivos para o grande número de vendas no varejo, apresentando o aumento de 6,7% na primeira parte de 2021 (IBGE, 2022).

O segmento varejista é a área que tem o contato diretamente com o público sendo o cliente como seu principal aliado para atingir as metas estabelecidas e o destaque no negócio. Visto isto, as organizações têm buscado investir em profissionais com qualidade de atendimento na prestação de serviços (Santos, 2022).

De acordo com Santos e Costa (2018) o varejo integra categorias na operação é clássico um serviço menos qualificado historicamente, caracterizando-se também pela rotatividade conforme as condições de trabalho oferecidas aos trabalhadores do segmento. Entretanto, a empregabilidade apresenta-se com predominância frente ao tamanho do mercado varejista, tendo em vista seu potencial de consumo.

O comércio varejista representa 47,4% do Produto Interno Bruto brasileiro, tendo destaque com trabalho formal, contudo, remete-se ao maior índice de rotatividade no país (FEITOSA 2019).

Pinho, Jeunon e Duarte (2016) afirmam que a categoria do comércio se destaca como um dos maiores setores da economia mundial, enfatizando-se pela inovação, variedade de produtos com o objetivo de proporcionar a excelente experiência de compra para seus clientes. Todavia, apresenta números expressivos de empregabilidade, possuindo, o destaque no turnover.

Posto isto, no setor varejista a rotatividade entre os colaboradores geram custos financeiros, queda de desempenho com ritmo de trabalho intenso, configurando-se em uma operação de trabalho aos finais de semana, feriados, baixos salários e pouco investimento em desenvolvimento humano nas organizações e dentre outros aspectos negativos do segmento mencionado.

De acordo com Soares, Souza e Oliveira (2017), diante do acelerado ritmo de trabalho e exigências do comércio, o grande desafio é das organizações capacitarem os colaboradores para execução de suas atividades. Devido a operação de trabalho intensa no segmento, são poucos os trabalhadores que estão dispostos a permanecerem na área a longo prazo, visto que, as empresas não estabelecem rotinas de desempenho, encarecimento ou investimento em formação, ou seja, estes fatores resultam impactos negativos aos colaboradores, abrindo espaço para o surgindo de desmotivação, stress no âmbito interno do trabalho e conseqüentemente buscam uma outra área que possam progredir profissionalmente.

As principais categorias de comércio com atuação são em supermercados, farmácias, lojas de vestuário, material de construção, lojas de móveis, eletros e decoração, lojas de pet, livrarias, dentre outras. Para Dieese (2010) o setor de vendas é um grande desafio no varejo, visto que, o crescente giro no estoque dos produtos, aumento da concorrência, mostrando-se com vários perfis de clientes e exigências de múltiplas habilidades para sobressair com o alcance de metas impostas como desafio diário, quinzenal ou mensal no ramo.

Considerando o exposto, estes departamentos são os mais afetados com registros de problemas emocionais, estresse, devido às condições de trabalho e as exigências estabelecidas por metas, postura adequada, qualidade no atendimento ao cliente, longa jornada de trabalho definida em 5x1 e 6x1 no objetivo para alcançar o rendimento salarial base oferecido pela convenção do comércio (SOARES, SOUZA E OLIVEIRA, 2017).

O levantamento apurado pelo Ministério do Trabalho e Previdência apresenta que no primeiro semestre de 2021 foram concedidos para 108.263 trabalhadores brasileiros o afastamento por incapacidade temporária, como: transtornos de pânico, esquizofrenia, estresse pós-traumático, e dentre estes os principais casos são depressão e ansiedade. Os dados obtidos mostram que no ano de 2019 para 2020 houve o aumento de 29% na concessão de auxílio-doença relacionados a transtornos mentais e comportamentais (Out, 2021).

Soares, Souza e Oliveira (2017), referem que no segmento do comércio varejista as ocorrências de doenças emocionais são frequentes os casos e na sua maior parte os trabalhadores declaram sintomas de ansiedade ou depressão devido às experiências no ambiente de trabalho com episódios de assédio moral, desrespeito partindo dos clientes e cobranças excessivas.

Partindo desta premissa, estes acontecimentos podem gerar transtornos psicológicos, emocionais que impactam no desenvolvimento de suas funções laborais. Entretanto, no segmento corporativo estes fatores são ignorados, registrando a ausência de assistência à saúde ou intervenção nas organizações que promovam saúde e bem-estar aos colaboradores inseridos no segmento.

De acordo com Soares, Souza e Oliveira (2017) afirmam que é extremamente pertinente às organizações desenvolverem projetos que visem estratégias que forneçam qualidade de vida no ambiente corporativo, visto que, empresas que retêm trabalhadores comprometidos e satisfeitos, atingem com mais assertividade e qualidade suas atividades laborais e se tornam um grande parceiro do negócio.

3.3. CLIMA ORGANIZACIONAL E COMÉRCIO VAREJISTA

Segundo Correa, Rossine e Silva (2020) o comércio varejista destaca-se pelo seu grande potencial econômico, exigindo dos profissionais inseridos no segmento, o contato diretamente com pessoas de diferentes perfis de classes sociais, idade, religião e entre outros fatores. Com isto, observa-se que neste departamento os trabalhadores são cobrados por múltiplas habilidades, gerando um alto nível de estresse e tensão que além do atendimento ao cliente, precisam cumprir metas e superar a forte concorrência no mercado.

A equipe RCKY (2018) refere que a percepção do clima organizacional dos trabalhadores que atuam no varejo podem mudar rapidamente conforme os acontecimentos de cada semana pelas especificidades de funcionamento e ou pelo impacto da rotatividade, funcionando como um termômetro para mensurar múltiplos indicadores da categoria, incluindo a satisfação dos colaboradores em todos os aspectos do negócio, atendimento ao cliente e aumento das vendas. Contudo, o clima pode ser configurado como fenômeno temporal, ou seja, ao estado de ânimo dos trabalhadores de uma organização em um dado momento (LUZ, 2005).

Valenzuela (2018) refere que o clima predomina fortemente dentro das organizações, podendo ser observado pelos clientes e influenciá-los na relação cliente-empresa. O clima organizacional está diretamente ligado ao nível motivacional dos colaboradores, configurando-se como ponto fundamental para o sucesso e longevidade organizacional.

Sousa (2021) refere que o segmento do comércio varejista é destaque pelo índice elevado de turnover, com isto, o investimento em aspectos que englobam o clima organizacional, contribui significativamente no mapeamento dos pontos fortes e fracos das organizações, que auxiliam na construção do plano de ação assertivo, que promova a retenção de talentos internos, amenizando os índices de colaboradores desmotivados, evitando custos de rotatividade e melhorando as relações interpessoais no ambiente interno de trabalho.

Correa, Rossine e Silva (2020) afirmam que a categoria do varejo é identificada pelos inúmeros fatores de estresse marcados pelo seu modelo de funcionamento, com isto, é de extrema importância visar ações que promovam o bem-estar no trabalho, tendo como objetivo minimizar o adoecimento ocupacional e buscar ampliar a qualidade de vida dos colaboradores inseridos no segmento. Sugere-se algumas estratégias para melhoria deste cenário, tais como: realizar pesquisas de clima organizacional, rotinas de feedbacks, reconhecer resultados coletivos e individuais, celebrar as conquistas/vendas diárias, melhorar meios de comunicação e capacitar os colaboradores por meio de uma educação corporativa nas organizações.

Luz (2005) afirma que o clima é caracterizado como abstrato, porém, materializa-se nas organizações alertando sobre sua realidade de funcionamento por meio de alguns indicadores:

- a) **Turnover:** Configura-se pela rotatividade nas empresas, quando sinalizando um número elevado, refere a falta de comprometimento dos funcionários e a insatisfação dos mesmos com o ambiente interno de trabalho;
- b) **Absenteísmo:** Registro de faltas frequentes dos empregados, podendo ser um alerta que as que a organização não satisfaz adequadamente os colaboradores;
- c) **Avaliação de Desempenho:** Apresentando o baixo rendimento dos funcionários que decorre de seu estado de ânimo, engajamento em relação a empresa ou com sua equipe de trabalho
- d) **Greves:** Mesmo que não atendam as regras de normas e conduta da organização, a ação revela o descontentamento dos colaboradores com a empresa;
- e) **Conflitos interpessoais e interdepartamentais:** Apresenta-se como a forma mais transparente do clima organizacional, ou seja, a intensidade de conflitos caracteriza, muitas vezes, a definição se o clima é bom ou ruim;
- f) **Desperdício de material:** Atitudes que revelam o colaborador como oponente das condições de trabalho a que está exercendo;
- g) **Queixas no serviço médico:** Utilizam do serviço como espaço de reclamação sobre o ambiente interno de trabalho desfavorável, que impactam negativamente a qualidade de vida dos funcionários, e em alguns casos, gerando doenças ocupacionais.

Considerando o exposto, referente a configuração do comércio varejista observa-se que estes tópicos acima fazem-se presentes na realidade das organizações do segmento, enfatizando significativamente o turnover sendo registrado o maior índice de rotatividade no país.

Contudo, a partir de uma pesquisa de clima organizacional a organização identifica os fatores positivos, e quais aspectos precisam ser revisados para obter um acompanhamento mais assertivo acerca do contentamento dos funcionários, tais como: a estruturação de cargos e salários, direcionamento das atividades, comunicação interna, entre outros. Em seguida, buscar a desenvolvendo o planejamento de ações sobre os pontos identificados. Somente após a resolução dos tópicos mapeados e corrigidos que deve ser aplicado uma outra pesquisa (FERREIRA; RAMAL, 2017). Luz (2010) refere que a pesquisa de clima

organizacional deve ser realizada anualmente ou a cada dois anos, pois caso ultrapasse, este período pode trazer surpresas para as organizações.

4. PERCURSO METODOLÓGICO

4.1. DELINEAMENTO

Trata-se de um estudo qualitativo, descritivo, do tipo estudo de caso.

O estudo de caso em questão busca analisar o clima organizacional em um segmento de comércio varejista, localizado em todo nordeste com serviços voltados para utilidades do lar e decoração.

Segundo Yin (2005) o estudo de caso caracteriza-se em uma investigação empírica que investiga um fenômeno, proporcionando o aprofundamento sobre o contexto para que se obtenha conhecimentos reais a partir da observação e experiência do pesquisador.

De acordo com Proetti (2018) a pesquisa qualitativa não tem como objetivo à quantificação, e sim, ao direcionamento para o desenvolvimento de estudos que buscam respostas que possibilitam entender, descrever e interpretar fatos. Facilitando para que o pesquisador mantenha contato direto e interativo com o propósito do estudo.

A presente pesquisa refere-se ao estudo de caso descritivo, que busca avaliar as dimensões que compõem o clima organizacional do segmento exposto, utilizando da ECO, validada cientificamente no Brasil para mensurar as percepções dos trabalhadores inseridos no ramo.

4.2. CENÁRIO

O estudo de campo será em uma empresa de grande porte no ramo de utilidades domésticas, fundada em 1988, com 34 lojas em todo o nordeste do Brasil, com setores administrativo, comercial e operacional de loja. Sua missão é fornecer produtos para o lar com qualidade e preço justo, gerando para seus clientes uma excelente experiência de compra. Sua visão é ser a maior empresa de utilidades domésticas no nordeste.

Destaca-se numa categoria reconhecida pelo o ritmo intenso da operação de trabalho com escala que é definida em seis por um, dispondo apenas de uma folga na semana para o funcionário. Configura-se no ambiente de trabalho com alto nível de estresse, pressão e sobrecarga de trabalho.

4.3. PARTICIPANTES

Trabalhadores inseridos no comércio varejista que apresentam sólida atuação, exercendo suas atividades voltadas para área administrativa nos setores: marketing, e-commerce e SAC.

Os critérios de inclusão desta pesquisa utilizam-se da escala de clima organizacional (ECO) em colaboradores que ocupam cargos no ramo administrativo e possuem no mínimo seis meses de empresa. **Os critérios de exclusão** para funcionários com menos de seis meses na organização e que ocupem cargos operacionais.

A escala de clima organizacional (ECO) será enviada aos trabalhadores pelo Google Forms via e-mail corporativo.

4.4. INSTRUMENTOS DE CONSTRUÇÃO DE DADOS

Será utilizado um instrumentos de Coleta de Dados, sendo:

Instrumento: Escala de Clima Organizacional (ECO) que refere-se a um questionário validado no Brasil, denominado a Escala de Clima Organizacional (ECO), desenvolvido por Siqueira (2008) que será ordenada pelo *Google Forms*. O questionário contém 63 questões sendo estas divididas em cinco variáveis de resposta: apoio da chefia e da organização, recompensa, conforto físico, controle/pressão, coesão entre colegas. A ECO é validada cientificamente obtendo a participação de 1244 trabalhadores, não sendo necessário a aplicação de um novo pré-teste neste estudo de caso (SIQUEIRA, 2008).

4.5. COMPROMISSO SOCIAL E ÉTICO DA PESQUISA

Esta pesquisa está em consonância com os princípios éticos da resolução nº 466/12 do Ministério da Saúde (MS), por intermédio que os participantes envolvidos na pesquisa, estarão seguros da confidência das informações transmitidas, do anonimato e da autonomia de sua decisão para participação e contribuição deste estudo. A presente pesquisa foi submetida e aprovada pela Comissão Nacional de Ética em Pesquisa - CONEP, “CAAE 63708322.0.0000.5049”.

Dispondo-se de amenizar qualquer prejuízo que possa despertar na aplicação do estudo, a pesquisadora responsabiliza-se, caso haja a necessidade, de encaminhamento dos participantes da pesquisa para o Serviço Escola de Psicologia Aplicada (SEPA) ligada a instituição de ensino.

5. ANÁLISE DE DADOS

A análise de dados da pesquisa, utiliza-se o método de estatística descritiva, considerando as percepções dos sujeitos da organização, tendo como foco na objetividade e clareza dos resultados.

Inicialmente foi realizada a tabulação dos dados em formulário do google docs, em seguida, transferindo as respostas para mensuração de dados estatísticos em gráficos, visando a análise sistematizada, clara e objetiva, referente às respostas dos quinze participantes.

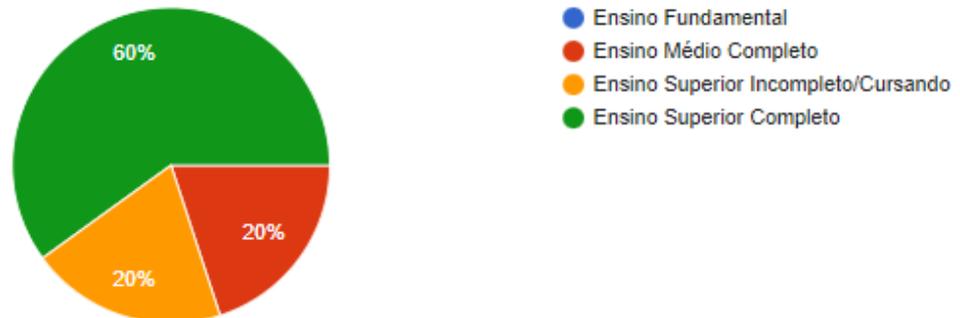
Posteriormente, foi feito um resumo de cada categoria, apresentando a porcentagem de cada item respondido para construção dos gráficos, da escala de clima organizacional (Anexo), baseados nos tópicos 01 a 63, dividindo as análises por categorias em apoio da chefia e da organização, recompensa, conforto físico, controle/pressão do trabalho e coesão entre os colegas, conforme Martins (2004).

5.1 CARACTERÍSTICAS DA AMOSTRA

A amostra da pesquisa teve participação de 15 colaboradores, em relação à escolaridade dos pesquisados, cerca de 60% possuem o Ensino Superior Completo.

Grau de Escolaridade

15 respostas

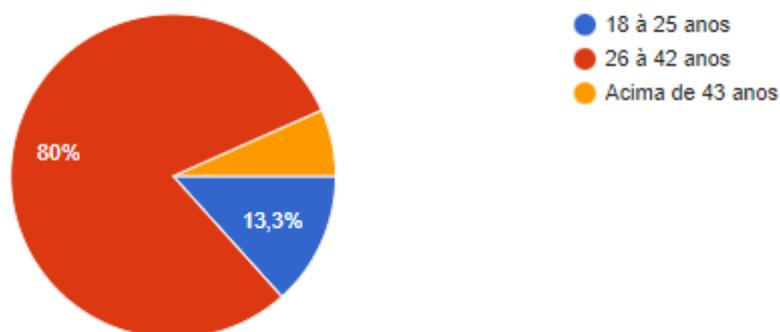


É importante ressaltar que todos os colaboradores participantes atenderam aos critérios de inclusão, sendo assim, obteve as informações do clima organizacional de forma fidedigna e global.

A idade dos colaboradores é variável, porém, apresenta-se em sua maioria 80% no intervalo de 26 a 42 anos, conforme a figura abaixo.

Faixa etária

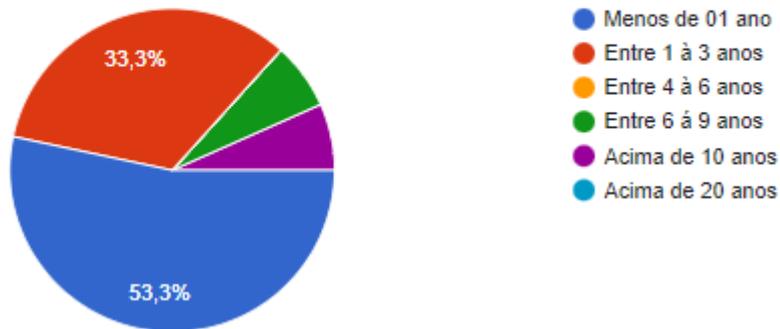
15 respostas



Referente ao tempo de empresa dos funcionários, 53,3% possui menos de um ano na empresa entre 06 meses a 10 meses. Apenas 33,3% têm tempo de serviço entre um a três anos inferior a dois anos. A Figura abaixo demonstra essa distribuição, em anos.

Tempo de Empresa

15 respostas



6. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Apresentam-se os resultados aos dados coletados, conforme as categorias segmentadas da escala de clima organizacional (ECO), com as denominações: Apoio da chefia e da organização, recompensa, condições físicas, controle/pressão do trabalho e Coesão entre colegas.

Martins (2004) afirma que o clima organizacional se estrutura na atuação das cinco categorias descritas acima, mesmo que cada organização consolida-se na sua cultura, ou seja, a particularidade institucional. Todavia, as diferenças nos resultados destas categorias são provenientes da apresentação da empresa, mensurando as percepções dos indivíduos, visto que, a cultura será a maior influenciadora do clima, revelando os resultados obtidos na pesquisa.

Observa-se que a ECO se baseia nestas categorias globais que permite a aplicação da escala em qualquer organização, segmento e/ou qualquer outra caracterização, tendo em vista que fazem parte de um conjunto de categorias relevantes no contexto organizacional e do trabalho.

6.1 CATEGORIA APOIO DA CHEFIA E DA ORGANIZAÇÃO

Esta categoria contempla aspectos voltados ao apoio afetivo, estrutural e operacional da chefia da organização, fornecido aos colaboradores na execução de

suas atividades no trabalho, e outros itens que se encontram associados ao suporte da chefia e da organização como todo.

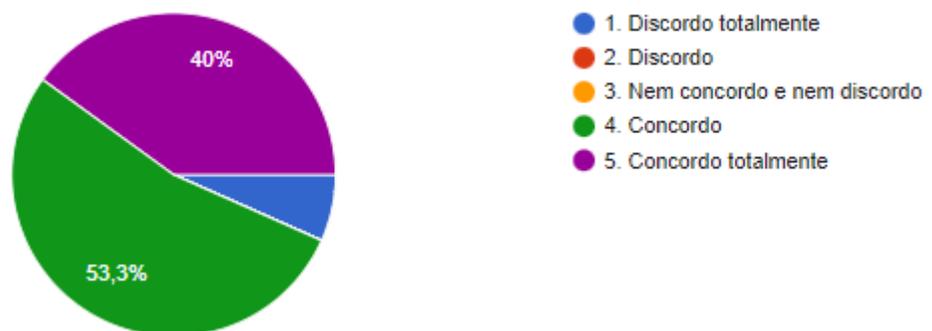
Mendes e Tamayo (2001) afirmam que o reconhecimento como um aspecto ligado ao prazer do trabalhador. Nota-se a importância de o trabalhador sentir-se reconhecido, visto que, reflete na sensação de segurança e pertencimento.

De acordo com a figura abaixo, cerca de 53,3% dos colaboradores concordam com o retorno de reconhecimento por parte da gestão imediata.

06. O chefe elogia quando o funcionário faz um bom trabalho.



15 respostas



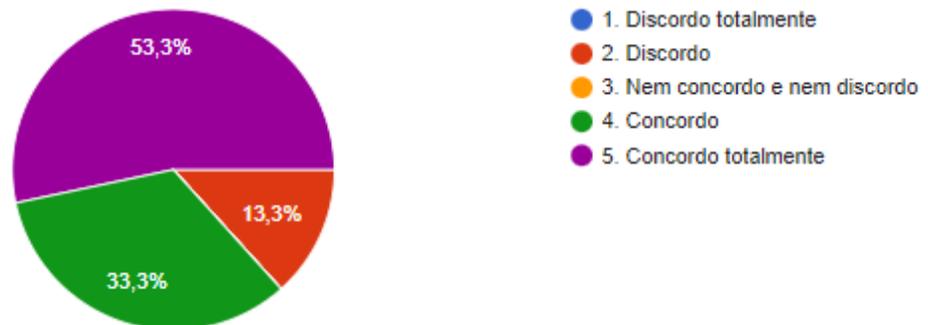
Neste tópico entende-se que o reconhecimento é uma prática da gestão apresentando-se positivamente como um dos fatores mais importantes a serem contemplados no ambiente de trabalho, sobretudo no que diz respeito ao relacionamento entre gestor e colaborador.

O respeito apresentado pela gestão referente aos funcionários alcança níveis altos de concordância com 53,3% por parte dos pesquisados, resultado este que exalta e caracteriza o bom relacionamento entre as partes, como demonstra a figura abaixo.

17. O chefe tem respeito pelo funcionário.



15 respostas

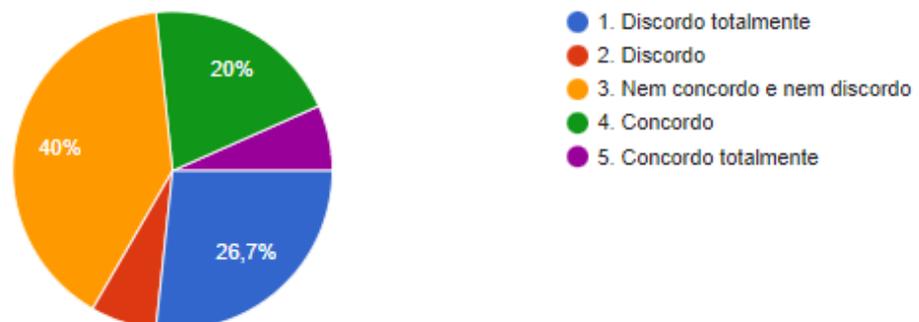


Referente ao planejamento das tarefas, houve uma divisão das percepções dos colaboradores, conforme a imagem abaixo, apresentando os resultados com 40% “nem concordo e nem discordo” e 26,7% “discorda totalmente”, mostrando uma fragilidade no planejamento da organização.

10. Aqui, existe planejamento das tarefas.



15 respostas



De acordo com Braga (2018) o planejamento estratégico é um recurso utilizado para auxiliar, diagnosticar o melhor caminho para atingir os objetivos da organização, sendo assim, é de extrema relevância para analisar o ambiente externo e interno, realizando a leitura dos pontos fortes e fracos para se destacar frente aos concorrentes e alinhamento das mudanças com a equipe.

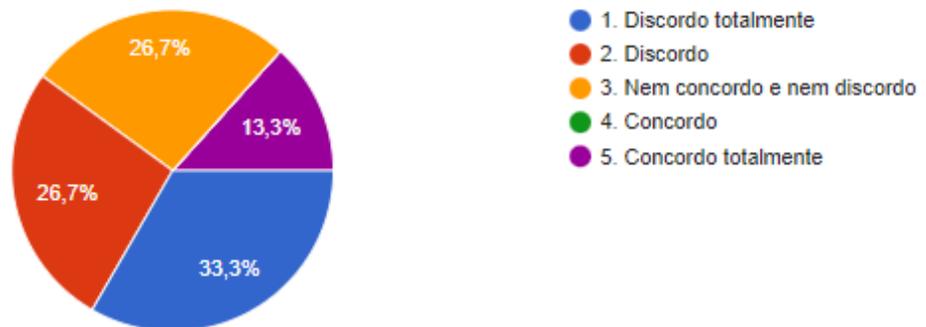
Contudo, apesar dos fatores de mudanças, como afirma Robbins (2002), deve haver o planejamento, para que as alterações significativas visando o proveito da

produtividade e do bem-estar do indivíduo. Princípios e valores, como defendem Albano e Lima (2002), devem ser aspectos presentes nas mudanças. Entretanto, a figura abaixo demonstra que cerca de 33,3% discordam totalmente da presença de planejamento das mudanças na organização.

12. As mudanças nesta empresa são planejadas.



15 respostas



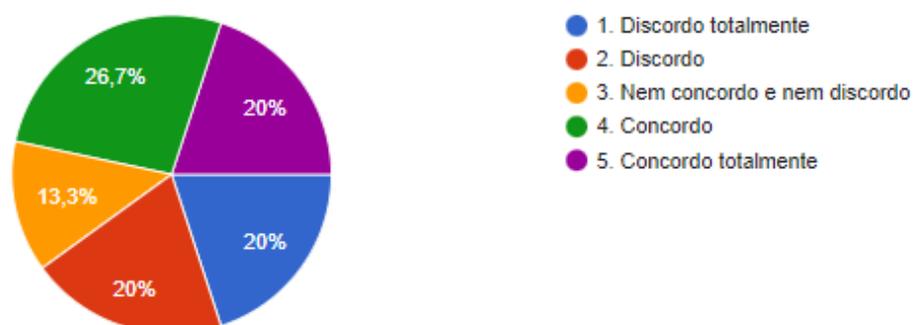
Borges e Almada (2018) defendem que o processo de mudança que envolve o compartilhamento das informações de uma forma clara do processo, promove a visão e objetivos comuns do grupo, sendo assim, possibilita a resposta de cooperação e apoio entusiástico dos colaboradores frente às inovações da empresa.

Em contrapartida, no que se refere, a participação do funcionário nas mudanças, a figura abaixo apresenta que 40% dos pesquisados que não confirmam tal participação.

16. Nesta empresa, os funcionários têm participação nas mudanças.



15 respostas



Visto isto, destaca-se a importância da participação dos colaboradores, não quer dizer que a mesma será acatada, contudo, abrir o espaço para escuta significa valorizar as contribuições referentes à inovação e, até mesmo, no que tange às expectativas, aos anseios, às angústias que podem ser inibidas, erradicando adoecimentos/sofrimentos.

6.2 CATEGORIA RECOMPENSA

Esta categoria aborda as recompensas oferecidas pela organização, em suas diferentes formas, as quais têm o intuito de premiar a qualidade do trabalho executado pelo colaborador em relação à qualidade da sua produtividade e do seu desempenho, dentre outros aspectos que permeiam o ofício do funcionário.

O apoio ao colaborador e o reconhecimento, oferecidos pela gestão, vistos na categoria anterior, agem como fontes motivacionais seguras e eficazes para a criação de um clima favorável. A recompensa também age como fator que influencia o clima, o bem-estar e a produtividade do colaborador.

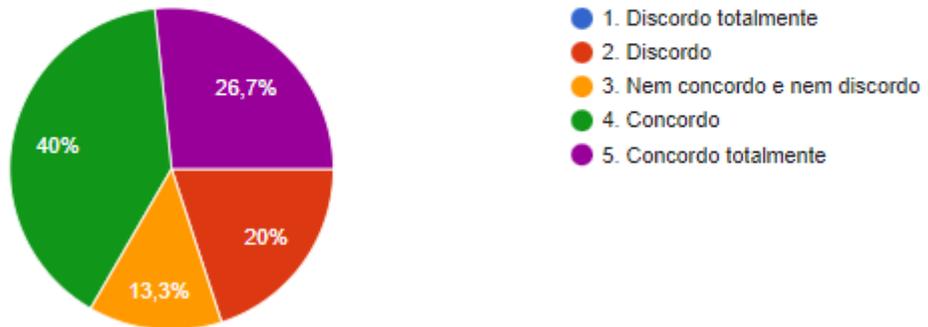
Segundo Coelho (2004), a recompensa deve estar conforme as atribuições do funcionário, para oferecer-lhe sentimentos de segurança e igualdade. Em outras palavras, a recompensa tem um papel fundamental, pois reconhece a qualidade e a produtividade da execução das tarefas por parte do colaborador.

Na figura abaixo, observa-se que 40% dos colaboradores concordam totalmente que o desempenho tem uma relação direta com a recompensa. Luz (2012) afirma que a recompensa é um fator que influi significativamente para o clima organizacional favorável.

30. O trabalho bem feito é recompensado.



15 respostas

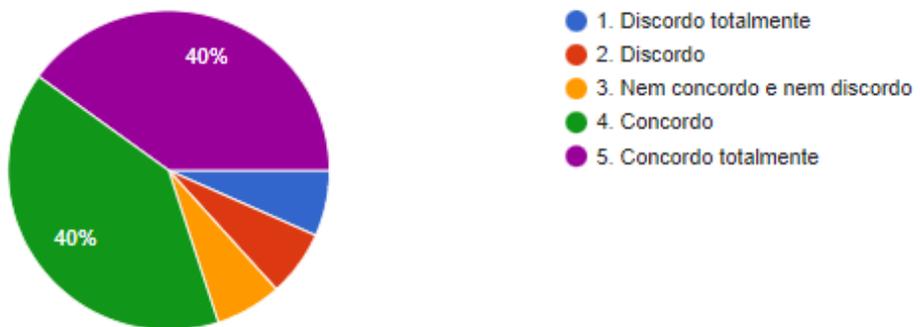


Até mesmo, 80% dos pesquisados relataram que sabem o porquê de serem recompensados, quando há recompensa, seja por conta da qualidade do seu trabalho ou da sua produtividade.

26. Nesta empresa, o funcionário sabe por que está sendo recompensado.



15 respostas



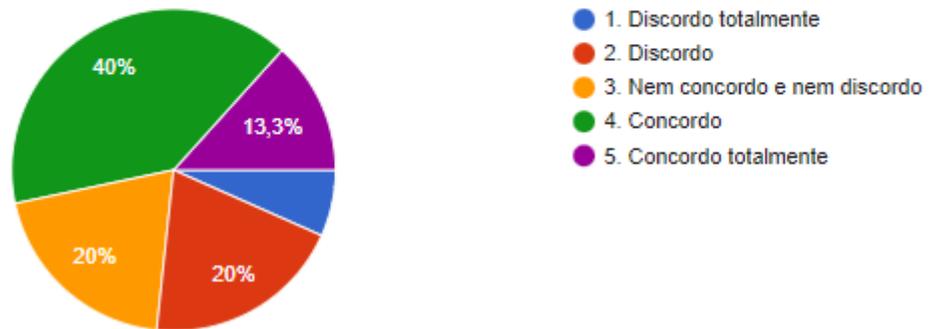
Luz (2012) valida a importância do investimento nos clientes internos. Para tanto, deve haver em todas as dimensões, independente de cargo ou função, embora, não necessariamente na mesma proporção.

Referente à questão da produtividade, mais de 40% dos funcionários concordam que tem influência direta no salário, de acordo com a imagem abaixo. Portanto, a qualidade do trabalho quanto a produtividade dos colaboradores interferem no salário, sobretudo no seu aumento.

32. A produtividade do empregado tem influência no seu salário.



15 respostas



A recompensa não se trata apenas da devolutiva monetária, como também leva em consideração a autoestima do colaborador. (VASCONCELOS E GUIMARÃES 2009).

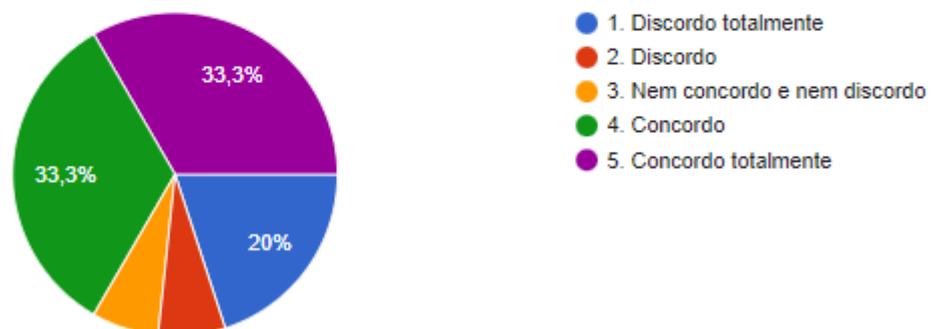
Tamayo, Lima e Silva (2004) referem que o clima organizacional pode influenciar na saúde e no bem-estar dos colaboradores, podendo acarretar estresse. Não somente o clima permite essa associação, a cultura também influencia.

Na imagem abaixo observa-se que 33,3% concordam totalmente que a saúde do colaborador está sendo reconhecida pela organização como fator de preocupação por parte da chefia, entretanto, 20% discordam totalmente.

27. Esta empresa se preocupa com a saúde de seus funcionários.



15 respostas

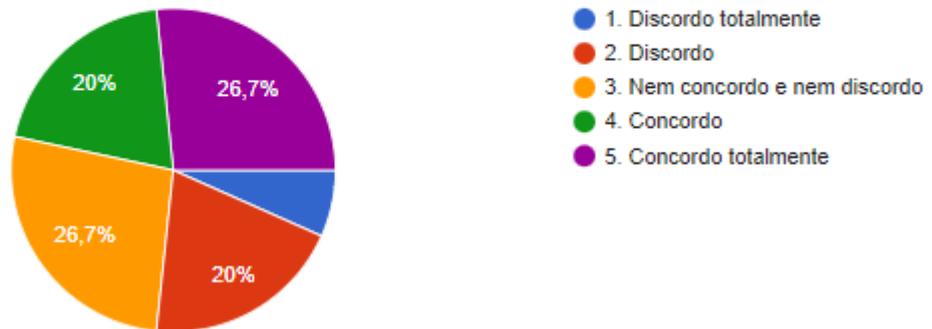


De forma geral, levando em conta a organização como um todo, apesar das lacunas ocasionadas pela cultura da organização em termos de recompensa, os pesquisados revelam, em sua maioria, que sentem satisfação em realizar suas tarefas.

22. Os funcionários realizam suas tarefas com satisfação.



15 respostas



6.3 CATEGORIA CONFORTO FÍSICO

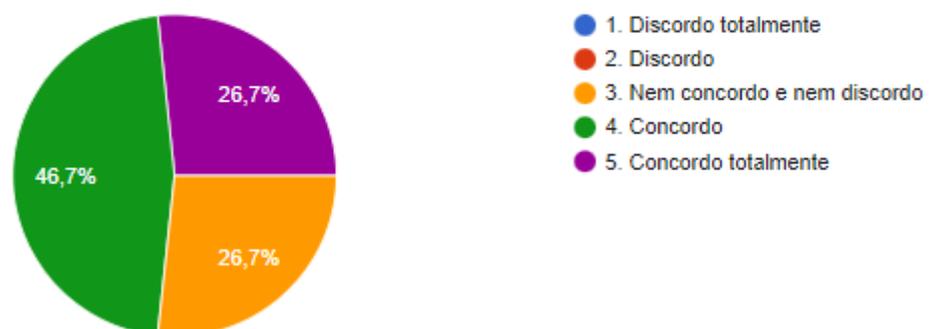
A categoria conforto físico contempla aspectos ligados ao ambiente de trabalho dos colaboradores, levando em consideração o espaço para a execução das atividades, o conforto, a iluminação, a segurança, as necessidades laborais, dentre outros fatores que envolvem as condições físicas gerais.

As condições físicas podem ser observadas e vividas pelos indivíduos que compõem a organização, influenciando no desempenho de suas atividades e nas suas condições de saúde, possibilitando um clima sadio. A pesquisa mostrou que 74% dos colaboradores afirmam que o ambiente de trabalho é agradável, de acordo com a Figura 39.

39. O ambiente físico de trabalho é agradável.



15 respostas



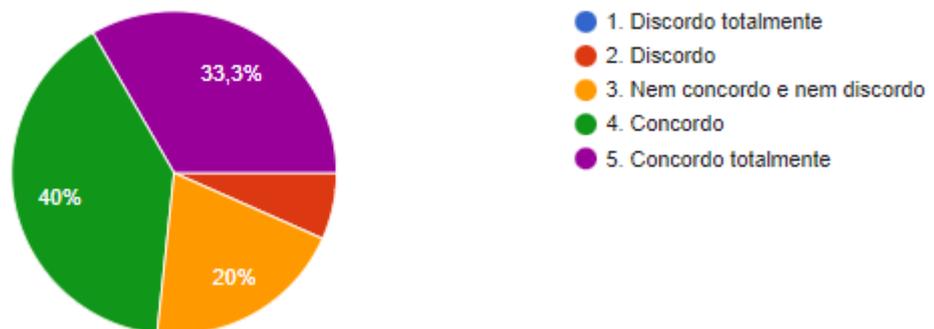
Luz (2012) faz uma correlação direta entre as percepções dos sujeitos frente a estas condições e sua importância diante de um clima que seja bom e que estimule a produtividade.

Em seguida, articulando-se com o ambiente físico de trabalho para o bom desempenho das tarefas, conforme demonstrado na Figura 47, que apresenta consideravelmente o índice com 70% de concordância por parte dos funcionários. Sendo assim, observa-se uma correlação entre o ambiente ser agradável e a possibilidade da facilitação das tarefas, principalmente ao desempenho humano.

47. O ambiente de trabalho facilita o desempenho das tarefas.



15 respostas

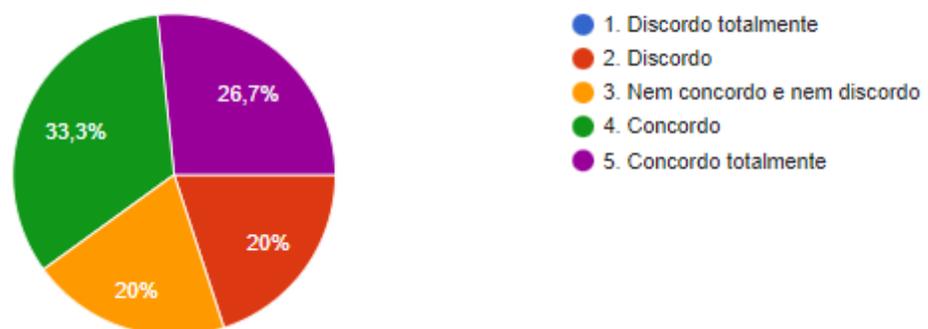


Contudo, embora o ambiente físico apresente boas instalações, o espaço laboral não é visto de maneira eficiente em sua totalidade, conforme apresentado na Figura 38, em que parte dos colaboradores expressam a insatisfação em relação ao espaço de trabalho.

38. O espaço físico no setor de trabalho é suficiente.



15 respostas



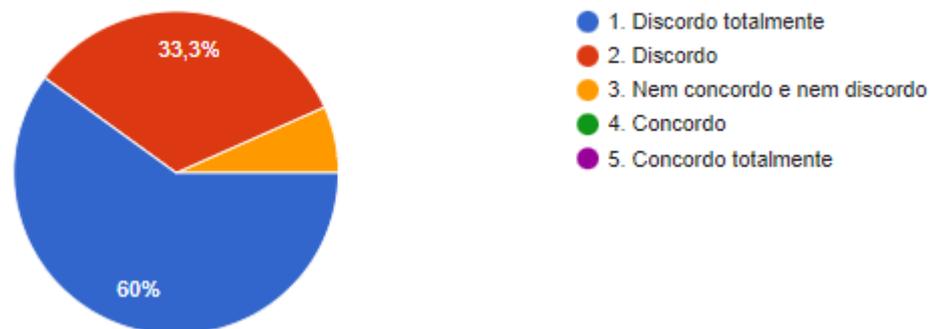
Neste caso de mudanças em relação ao espaço para execução das atividades dos funcionários, Luz (2012) propõe a realização de programas de sugestão, ou seja, buscar ideias das dimensões do espaço, por exemplo, objetivando um novo planejamento que vise o atendimento das necessidades físicas do colaborador.

Visto isso, em relação ainda sobre ambiente de trabalho, referindo sobre acessibilidade, a estrutura física não contempla pessoas com necessidades especiais, tanto em termos de cliente interno como externo, de acordo com o demonstrativo da imagem 37.

37. Nesta empresa, o deficiente físico pode se movimentar com facilidade.



15 respostas



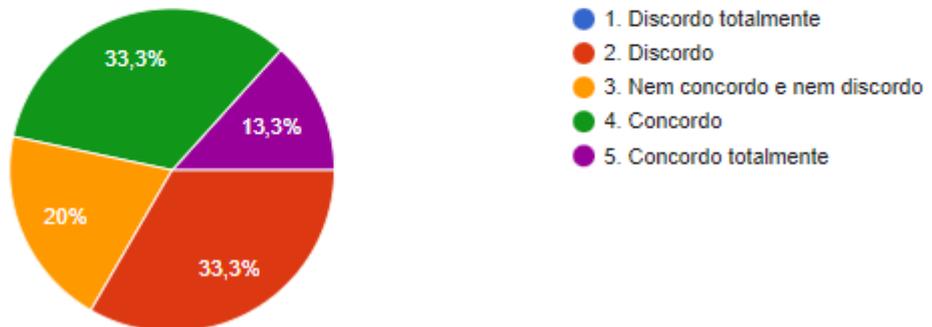
Observa-se que esta questão não depende diretamente dos clientes internos, ou seja, a ausência de acessibilidade presente na organização em estudo. Restringir este acesso impossibilita o diferencial competitivo, além de não respeitar as limitações individuais.

Em relação à postura física dos funcionários, de acordo com a mostra da pesquisa, parte dos funcionários com 33,3% discordam e outros 33,3% concordam da presença da postura física adequada no desenvolvimento e no processo de suas funções laborais, entretanto, 20% nem concordam e nem discordam.

46. Nesta empresa, a postura física dos empregados é adequada para evitar danos à saúde.



15 respostas



Posto isto, analisando como um todo a categoria do conforto físico observa-se que deve estar voltada para a promoção da saúde, em todas as suas dimensões. Portanto, toda e qualquer organização deve compreender a importância e a necessidade dos aspectos que precisam de correção e os que precisam de prevenção, estabelecendo, assim, o bem-estar e a saúde dos colaboradores.

6.4 CATEGORIA CONTROLE/PRESSÃO DO TRABALHO

A Categoria Controle/pressão do trabalho visa levantar aspectos que envolvem o controle e a pressão exercidos pela organização, especificamente pela chefia, sobre o desempenho dos colaboradores, em busca da produtividade.

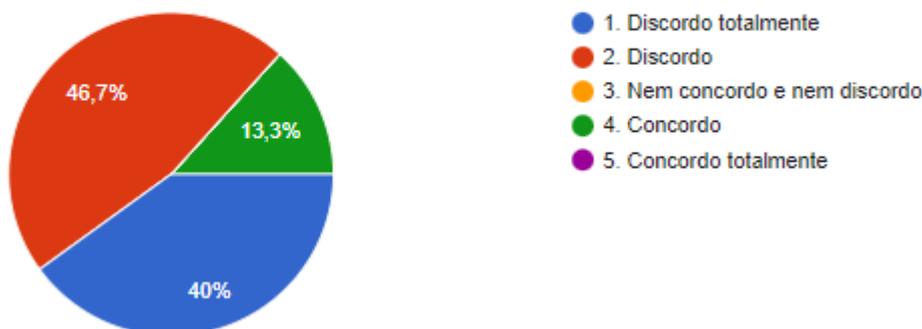
O controle e a pressão sobre os colaboradores são fatores que agem diretamente no comportamento do indivíduo, destacando-se o estresse como uma das consequências graves acometidas por esses fatores, quando exagerados (CODA, 2004).

Na Figura 54, apresenta que grande parte dos pesquisados discordam da pressão excessiva pela gestão imediata. De acordo com Coda (2004), isso indica que o índice de colaboradores afetados, em termos de estresse, por conta da pressão exercida pela chefia, é pouco significativo, quando houver.

54. Aqui, o chefe pressiona o tempo todo.



15 respostas

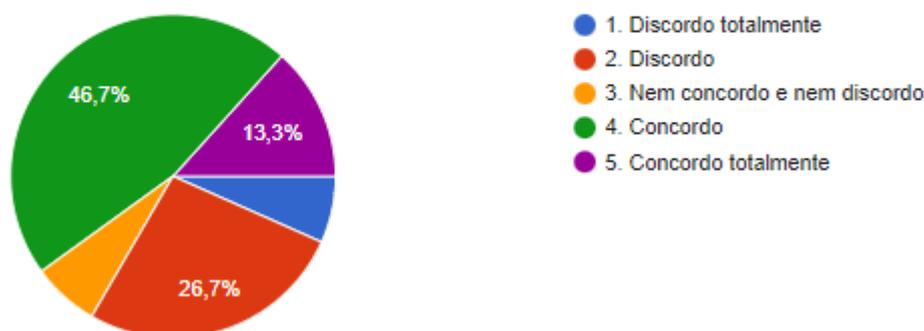


Entretanto, 46,7% dos pesquisados concordam que tudo na organização é controlado, conforme o demonstrativo da questão 49. Essa porcentagem leva em consideração o controle excessivo da organização como todo.

49. Nesta empresa, tudo é controlado.



15 respostas

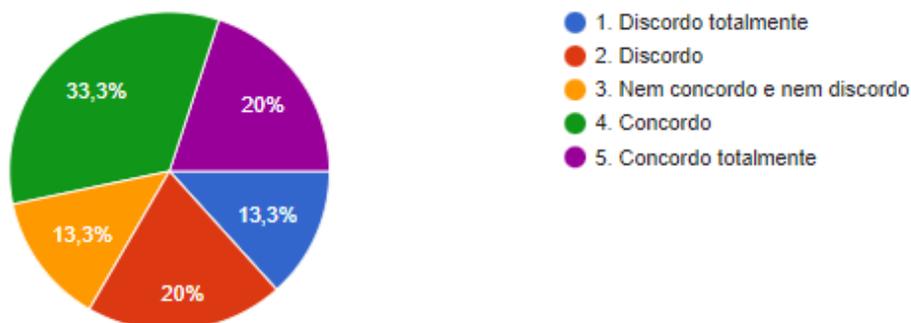


Em seguida, observa-se no que diz respeito à autorização do chefe em relação à execução de atividades, decisões, dentre outros assuntos pertinentes à organização. Cerca de 46,7% dos colaboradores afirmam que tudo é feito somente com autorização do chefe, ou seja, é possível interligar a questão 49 e 55 que evidenciam que tudo é controlado, ou seja, sempre há necessidade de autorização por parte da chefia para qualquer decisão tomada na organização.

55. Nesta empresa, nada é feito sem autorização do chefe.



15 respostas

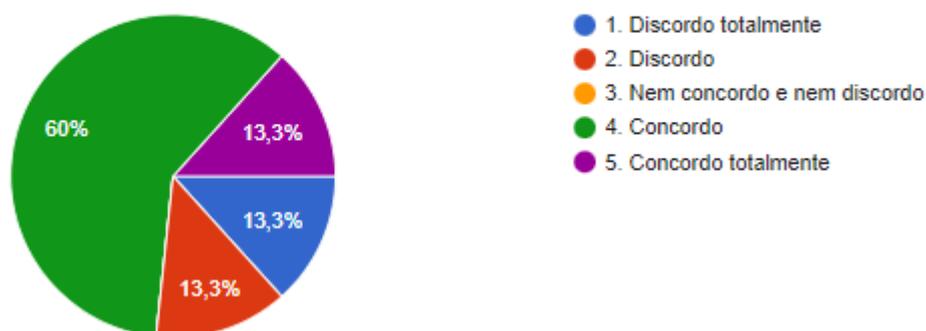


Contudo, ainda observando sobre a questão do controle na empresa no que diz respeito aos horários dos funcionários, 60% dos pesquisados afirmam que os horários são cobrados com bastante rigor, conforme o demonstrativo da questão 53.

53. Os horários dos funcionários são cobrados com rigor.



15 respostas

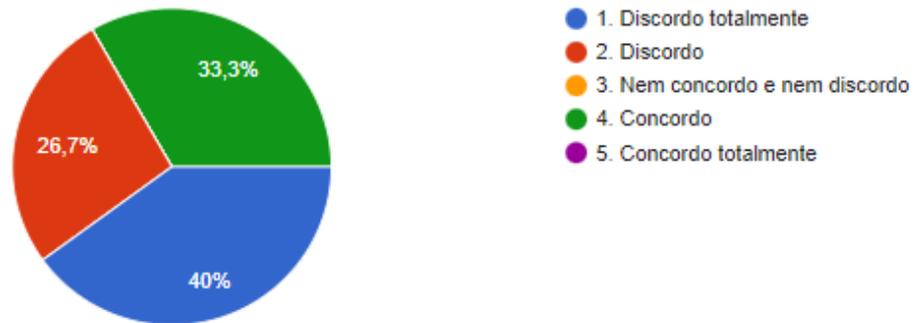


Na amostra desta categoria a organização apresenta alto índice de controle sobre os funcionários, entretanto, a chefia não usa as regras da empresa para punição com rigor, levando em consideração os 70% dos pesquisados que declararam não haver regras para punição, sendo assim, correlaciona com a questão 54.

52. Aqui, o chefe usa as regras da empresa para punir os funcionários.



15 respostas



Ou seja, entende-se que a gestão imediata se apresenta como ponte entre colaboradores, apesar do controle excessivo da organização ser afirmado entre todos que a compõem.

6.5 CATEGORIA COESÃO ENTRE COLEGAS

Esta categoria considera conceitos que estão ligados diretamente aos relacionamentos interpessoais entre os colaboradores, no contexto organizacional, com destaque para a cooperação, a integração e o tipo de vínculo existente entre eles.

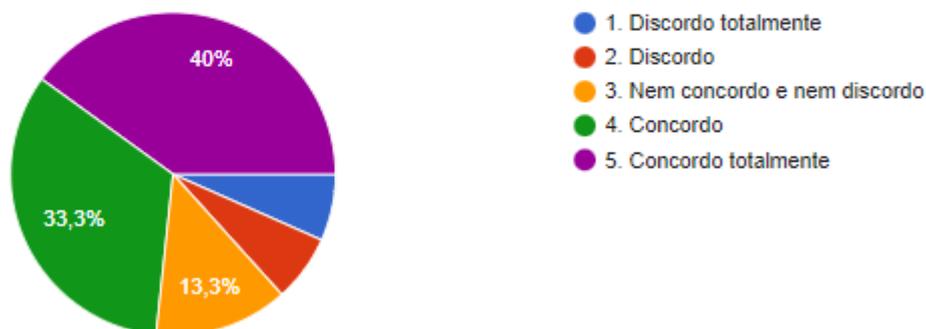
Martins (2004) estabeleceu esta categoria em análise como sendo uma das fundamentais para a avaliação de clima, portanto, o respeito em relação ao outro devem ser destacados, não necessitando de um vínculo de amizade propriamente dito.

Posto isto, na questão 62 contempla-se uma concordância entre os colaboradores com relação à integração entre os funcionários da organização. Contudo, o pouco percentual que discorda da existência dessa integração pode impactar no clima favorável referente ao aspecto do relacionamento interpessoal.

62. Existe integração entre colegas e funcionários nesta empresa.



15 respostas



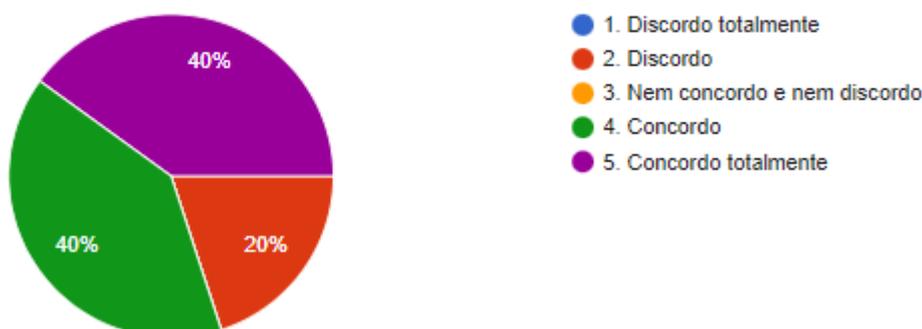
Luz (2012) afirma que a gestão tem como responsabilidade investimento em mudanças voltadas para as pessoas, envolvendo todos os setores de forma a interagirem entre si, estimulando a integração e a cooperação.

Considerando o exposto, 80% dos colaboradores apresentam concordância na cooperação entre os colaboradores, como demonstra a questão 60. A cooperação é uma forma de externar os relacionamentos. Segundo Mendes (2004), os relacionamentos se apresentam como fatores motivacionais, o que comprova a sua importância dentro de uma organização.

60. Aqui neste empresa, existe cooperação entre os colegas.



15 respostas



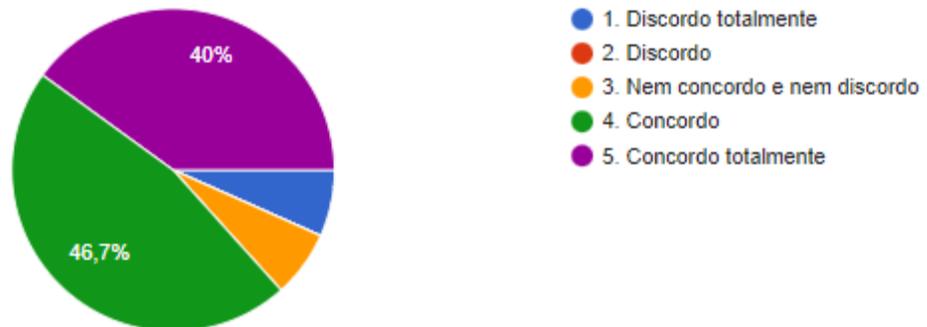
Articulando com as questões apresentadas anteriormente, a questão 59 aponta uma correlação das respostas referente à cooperação, ou seja, a amostra

demonstra que os colaboradores destinam o auxílio a um novo funcionário, por parte dos pesquisados 86,7% concordam com a colaboração entre equipe, validando a fidelidade das respostas.

59. Aqui, os colegas auxiliam um novo funcionário em suas dificuldades.



15 respostas

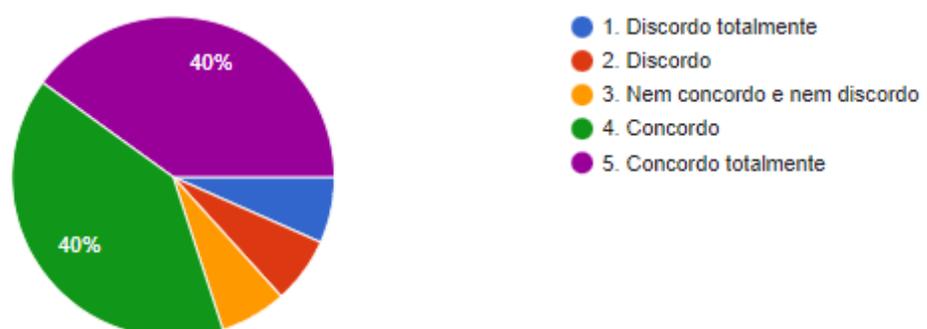


Neste caso, reforça positivamente a disseminação da cultura organizacional, defendida por Robbins (2002) e Luz (2012), envolvendo a cultura, as normas e valores organizacionais.

58. O funcionário que comete um erro é ajudado pelos colegas.



15 respostas



A cooperação e coesão se apresentam em vários contextos dentro da organização, com números fortes de positividade, conforme a questão 58 considerando a fidedignidade das respostas anteriores referindo a 80% de concordância desta categoria.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo teve como foco principal mensurar as percepções de colaboradores acerca do clima organizacional no segmento comércio varejista, voltada para as áreas do e-commerce, marketing e SAC, localizada em Fortaleza, com a finalidade de avaliar as dimensões que compõem o clima organizacional do comércio, fazendo uma análise pensando em suas melhorias.

Para realizar a pesquisa, foi realizado um questionário utilizado de uma Escala de Clima Organizacional (ECO), de autoria de Martins (2004), para analisar o clima existente na organização. A amostra contou com a participação de quinze colaboradores, que atenderam aos critérios de inclusão. A coleta de dados ocorreu no período de 17 de outubro a 30 de outubro de 2022.

Compreender os conceitos e seus históricos sobre o clima organizacional foi primordial para a compreensão e a execução da pesquisa realizada na organização comercial, possibilitando o conhecimento para a análise dos dados, principalmente, além do discernimento dos aspectos que os envolvem.

A cultura e o clima organizacional apresentam-se na organização, ratificando a sua particularidade. Posto isso, a presente pesquisa mostrou-se de grande relevância para realizar a leitura do âmbito organizacional, servindo como estudo de caso, através das percepções dos colaboradores, para identificá-la e, com isso, trazer à tona uma particularização.

Entretanto, realizar um estudo de caso não significa generalizar os resultados para outros contextos organizacionais, apenas utiliza-se o conhecimento que se perpetua em todas as organizações, de forma específica e detalhada.

Há uma relação direta entre a cultura e o clima, defendida por autores bastante renomados e que foram utilizados como base teórica para este trabalho. A conexão dessas duas vertentes possibilitou o entendimento do processo e a disseminação da empresa: seus objetivos, suas características, seu caminhar, destacando-se seus princípios e valores que orientam o comportamento do colaborador.

Diversos os fatores que impactam o clima organizacional, dentre estes, como principais, destacam-se a relação entre o colaborador, a chefia e a organização como todo, as recompensas recebidas pelos colaboradores, em suas variadas dimensões, o conforto físico, a pressão e o controle exercidos pela organização e seus representantes, e a coesão entre os colegas de trabalho.

Estes pontos foram categorizados e validados por Martins (2004), o que ofereceu fidedignidade nos aspectos que mais influenciam o clima. E estas categorias foram trabalhadas na pesquisa, através da Escala de Clima Organizacional (ECO).

Entende-se que as organizações precisam estar cientes desse conjunto de fatores que podem impactar diretamente no cotidiano do trabalhador e no desempenho que o envolve. Nos setores de aprofundando da pesquisa, observa-se no e-commerce, marketing e SAC a necessidade da relação com cliente interno e externo, via canais digitais, portanto, pensar na tecnologia e não buscar o lado humanizado da organização pode reter a vantagem competitiva, desordenando a frente da empresa no ramo de atuação.

No caso da organização em questão, a categoria que mais se destacou de forma positiva, e que deveria manter suas características, foi a que esteve relacionada à coesão entre os colegas. A integração e a cooperação foram avaliadas pelos colaboradores de forma a concluir que as relações entre eles não levam a um clima ruim, em que há desgastes ocupacionais, como é o caso do estresse.

Nas questões relacionadas à cooperação, os colaboradores mostraram-se seguros, em termos de vínculo, o que gera uma estabilidade emocional sem a presença de tensão nociva, o que ocasiona o estresse. São receptivos e auxiliam funcionários novatos, o que demonstrou uma cultura forte em relação ao tratamento dado aos relacionamentos interpessoais.

De forma geral, em relação a esta categoria, contribui para evitar um clima organizacional desagradável, a relação entre os colaboradores estimula a troca de experiências e incentiva um clima saudável, por conta da existência de um bom convívio entre eles. Além disso, contribui para a superação coletiva dos desafios enfrentados no cotidiano da organização.

Outra categoria que foi avaliada pelos pesquisados de modo positivo foi a que aborda as condições físicas da organização, chamada conforto físico. As condições ligadas à iluminação, à ventilação, ao espaço físico destinado às atividades dos colaboradores, mostram-se adequadas e vão ao encontro da satisfação dos clientes internos. O clima organizacional por conta desses valores mostrou-se saudável, necessitando apenas de sua manutenção.

Entretanto, em questão da acessibilidade, o ambiente não se apresentou favorável à recepção de pessoas com necessidades físicas especiais. De certa forma, isso se relaciona à saúde do sujeito no ambiente de trabalho.

Sobre a categoria do apoio e o suporte oferecidos pela chefia e pela organização para com os colaboradores, destacou-se a questão do apoio e respeito como fundamental presente na gestão imediata do presente estudo. Contudo, o reconhecimento é contemplado, porém não em sua totalidade, o que abre uma lacuna que pode gerar insatisfação.

Durante a análise observa-se a necessidade de abrir espaço para escuta de novas ideias, autonomia para execução das tarefas e principalmente no que concerne ao planejamento, visto que, estes pontos surgiram bem desgastados, e com isso, requer um plano de ação estratégico para que haja uma proposta de melhoria.

Nota-se a necessidade de participação dos colaboradores referente processos e planejamento, assim como na preparação da equipe para adaptação às mudanças, pois atualmente não se faz presente, de acordo com a maioria dos pesquisados.

O clima da organização é impactado nas tomadas de decisões precoces e pela não participação de seus integrantes. Porém, não há como justificar a presença de um clima ruim avaliando esta categoria, entretanto, observa-se um ponto de melhoria por parte da maioria dos colaboradores.

Na questão de recompensas avaliadas pelos colaboradores, grande parte dos pesquisados se mostraram satisfeitos. A respeito disso, observou-se que a recompensa não necessita vir somente de forma monetária, pois as condições em questão de elogios e reconhecimentos são reforços positivos que agregam para a qualidade e produtividade no trabalho.

Em relação à categoria referente ao controle e à pressão do trabalho, grande parte dos colaboradores confirmaram o controle exagerado por parte da organização sobre os colaboradores, entretanto, a gestão imediata se apresenta como apoio e suporte frente os liderados, apesar que, este controle influencia de forma negativa no emocional dos funcionários, e conseqüentemente, ocasionando o estresse ocupacional.

Este controle exagerado pode ser visto pelos pesquisados como uma forma de cobrança da frequência e dos horários utilizada pela organização, o que caracteriza a cultura organizacional da empresa, que consiste em regras e normas necessárias para a execução da sua missão, visão e valores. Contudo, não foram apontadas regras destinadas à punição rigorosa dos colaboradores.

A pesquisa de clima organizacional, utilizada com a escala ECO que se configura como multidimensional, auxiliou na mensuração das percepções dos colaboradores sobre o clima organizacional no segmento comércio varejista, ao organizá-las por categorias, facilitando o procedimento de levantamento dos resultados.

REFERÊNCIAS

ALBANO, Adriana; LIMA, Súsi. *Um estudo sobre clima e cultura organizacional na concepção de diferentes autores*. Ver. CCEI- URCAMP, v.6, n.10, p. 33-40, ago., 2002.

BARROS, A. Pesquisa e Diagnóstico de Clima Organizacional. Publicado em: 10 out. 2005. Disponível: www.rh.com.br/ler.php?cod=4236&org=3> Acesso em: 18 mai. 2022.

Bispo, Carlos Alberto Ferreira Um novo modelo de pesquisa de clima organizacional. Production [online]. 2006, v. 16, n. 2 [Acessado 1 Maio 2022] , pp. 258-273. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0103-65132006000200007>>.

BRAGA, Matheus Martins; DOMINGUES, Homero. Planejamento estratégico. 2018. Disponível em: <https://dspace.doctum.edu.br/bitstream/123456789/2113/1/PLANEJAMENTO%20ESTRAT%20c3%89GICO.pdf> acessado em NOV de 2022.

CHAERKI, Karine Francisconi; CAMPAROTO, Josiane Cardoso. Estudo de clima organizacional da penitenciária estadual de foz do iguaçu II- pefll. 2019. 55 f. TCC (Especialização) - Curso de Especialização em Gestão Pública, Universidade Federal do Paraná, Foz do Iguaçu, 2019. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/60520/R%20-%20E%20-%20JOSIANE%20CARDOSO%20CAMPAROTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 24 mai. 2022.

COELHO, C. L. M. O clima organizacional e stress numa empresa de comércio varejista. Revista rPot, v.4, n. 1, 2004.

CORREA, Marlone Xavier et al. **ESTRESSE E BEM-ESTAR NO TRABALHO: PERCEÇÃO DE COLABORADORES DO COMÉRCIO VAREJISTA**. Santa Maria, RS 20, Out de 2020. Disponível em: <http://metodistacentenario.com.br/semana-academica-e-jornada-de-pesquisa-e-extensao/educacao-atual/v-2-2020-semana-academica-e-jornada-de-pesquisa-e-extensao-dos-cursos-de-administracao-e-ciencias-contabeis/template-2-estresse-e-bem-estar-no-trabalho-percepcao-de-colaboradores-do-comercio-varejista-1.pdf> Acessado em 22 mai. 2022.

DIEESE, Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos -. **Balanco do Segmento e Perfil dos Trabalhadores em Supermercados**. 2010. Disponível:<https://www.dieese.org.br/estudosetorial/2010/balancoSetorSupermercadistaemSP.html> acessado em 26 de Maio de 2022.

DE PINHO, L. S.; JEUNON, E. E.; DUARTE, L. da C. **Turnover no Varejo: Estudo em uma Rede Supermercadista em Belo Horizonte - MG**. Future Studies Research Journal: Trends and

Strategies, [S. l.], v. 8, n. 2, p. 237–257, 2016. Disponível em: <https://revistafuture.org/FSRJ/article/view/272>. Acesso em: 28 mai. 2022.

EQUIPE RCKY. Clima e cultura organizacional: qual a importância para empresas do varejo?. Rcky, 2018. Disponível em: <https://blog.rcky.com.br/clima-e-cultura-organizacional-qual-a-importancia-para-empresas-do-varejo/>. Acesso em: 29 mai. 2022.

FEITOSA, Raquel Libório. Práticas de gestão de pessoas, comprometimento organizacional e seus consequentes: satisfação no trabalho e intenção de rotatividade no contexto do comércio varejista. 2019. Disponível em: <http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/45365>. Acesso em 25 mai. 2022.

FERREIRA, Patricia Itala; RAMAL, Andrea. Clima Organizacional e Qualidade de Vida no Trabalho. Rio de Janeiro: Ltc, 2017.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Demográfico: Vendas do comércio varejista crescem 1,4% em 2021.** Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/economia/2022/02/4983874-ibge-vendas-do-comercio-varejista-crescem-14-em-2021.html> . Acesso em 17 mai. 2022.

Iwai, Tatiana et al. Força de Clima: Seu Papel Moderador na Relação Entre Clima e Turnover. Revista de Administração Contemporânea [online]. 2019, v. 23, n. 1 [Acessado 1 Maio 2022] , pp. 92-110. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2019170210>>. ISSN 1982-7849. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2019170210>.

LAZZARESCHI, Noemia. Globalização da economia e reestruturação produtiva: as repercussões sociais das novas configurações do trabalho. **Revista Ciências Sociais Unisinos**, PUC/SP - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Mai/2018. Disponível em: http://revistas.unisinos.br/index.php/ciencias_sociais/article/view/csu.2018.54.1.09/60746190 Acessado em: 5 mai. 2022.

LUZ, Ricardo. *Gestão do clima organizacional*. Rio de Janeiro: Qualitymark Editora, 2012.

Maria do Carmo. Clima organizacional. In: SIQUEIRA, Mirlene; TAMAYO, Alvaro. Medidas de comportamento organizacional: ferramentas de diagnóstico e de gestão. Porto Alegre: Artmed, 2008.

MARTINS, Maria do Carmo et al. *Construção e validação de uma escala de medida de clima organizacional*. Rev. Psicol., Organ. Trab., Florianópolis, v. 4, n. 1, jun. 2004. Disponível em <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S198466572004000100003&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 27 mai. 2022.

Ministério do Trabalho: **Pandemia faz crescer concessões de auxílio-doença para doenças psicológicas.** 16 Out. 2021. Disponível: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/10/16/pandemia-faz-crescer-concessoes-de-auxilio-doenca-para-doencas-psicologicas.ghtml>. Acesso em: 26 mai. 2022.

MOREIRA, Elen Gongora. **Clima organizacional.** IESDE BRASIL SA, 2012. Disponível em: [https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=i4oplHzuEF4C&oi=fnd&pg=PA7&dq=Moreira+\(2008\)+pesquisa+de+clima+&ots=WxrlwGmZEU&sig=1JpGU8pKuZ64VZpoOa9qT9ygUQo#v=onepage&q=Moreira%20\(2008\)%20pesquisa%20de%20clima&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=i4oplHzuEF4C&oi=fnd&pg=PA7&dq=Moreira+(2008)+pesquisa+de+clima+&ots=WxrlwGmZEU&sig=1JpGU8pKuZ64VZpoOa9qT9ygUQo#v=onepage&q=Moreira%20(2008)%20pesquisa%20de%20clima&f=false) Acesso em: 23 mai. 2022.

PAULA, Anna Beatriz da Silveira; ALMEIDA, Izabel Cristina. **A influência do líder no clima organizacional.** 2014. TCC (Graduação) - Curso de Tecnólogo em Comunicação Institucional, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2015. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1884/38389>. Acesso em: 06 mai. 2022.

POLICARPO, R. V. S.; BORGES, R. S. G. e; ALMADA, L. LIDERANÇA E REAÇÕES INDIVIDUAIS À MUDANÇA ORGANIZACIONAL. Revista Ciências Administrativas, [S. l.], v. 24, n. 2, 2018. DOI: 10.5020/2318-0722.2018.7197. Disponível em: <https://ojs.unifor.br/rca/article/view/7197>. Acesso em: 21 nov. 2022.

PROETTI, Sidney. As pesquisas qualitativa e quantitativa como métodos de investigação científica: Um estudo comparativo e objetivo. **Revista Lumen-ISSN: 2447-8717**, v. 2, n. 4, 2018.

PUENTE-PALACIOS, Katia. *Influência das características pessoais e ambientais na avaliação do clima social do trabalho.* Revista de Administração. São Paulo, v.30, n.3, p. 73-79, julho/set. 1995.

SANTOS, Márcio Ferreira. **Estratégias de preço promocional no varejo brasileiro para incentivo de vendas.** 2022. Disponível em: <https://hdl.handle.net/10438/31856>. Acesso em 24 mai. 2022.

SANTOS, Angela Maria Medeiros Martins; COSTA, Cláudia Soares. **Características gerais do varejo no Brasil.** Dez/2014. Disponível: https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/7125/2/BS%2005%20Caracteristicas%20gerais%20do%20varejo%20no%20Brasil_P.pdf. Acesso em: 09 mai. 2022.

SANTOS, L. F. .; TORRES, T.; ANDRADE, J. C. de .; SILVA, F. S. da .; SANTANA, R. J. S. .; CHAVES, R. P. .; SILVA, A. P. L. da . The organizational climate relevance in organizations. Research, Society and Development, [S. l.], v. 10, n. 4, p. e0310413147, 2021. DOI: 10.33448/rsd-v10i4.13147. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/13147>. Acesso em: 4 jun. 2022.

SIQUEIRA, M. M. M. MEDIDAS DO COMPORTAMENTO ORGANIZACIONAL: FERRAMENTAS DE DIAGNÓSTICO E DE GESTÃO. 29. ed. PORTO ALEGRE: ARTMED, 2008. p. 39-344.

SOARES, Christiane Assis Oliveira; DE SOUZA, Zaqueu Henrique; DE OLIVEIRA, Laize Pereira. A NEUROPSICOLOGIA COMO FERRAMENTA PARA PRESERVAÇÃO DA SAÚDE E MELHORIA DE DESEMPENHO DO TRABALHADOR DO VAREJO. In: **Anais Colóquio Estadual de Pesquisa Multidisciplinar (ISSN-2527-2500) & Congresso Nacional de Pesquisa Multidisciplinar**. 2017. Disponível em: <https://publicacoes.unifimes.edu.br/index.php/coloquio/article/view/56> . Acesso em: 4 jun. 2022.

SOUZA, Rayane. **Clima organizacional: conhecendo o nível de satisfação dos funcionários de uma empresa do comércio varejista durante a Pandemia da Covid-19**. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso.

TAMAYO, Álvaro; LIMA, Dinice; SILVA, Aberlado. Clima organizacional e estresse no trabalho. In: TAMAYO, Alvaro. *Cultura e saúde nas organizações*. Porto Alegre: Artmed, 2004.

VALENZUELA, Oséias Adriano. Estudo do clima organizacional em empresas do varejo de materiais de construção da cidade de Panambi/RS. 2018. 22f. Monografia (Especialização em Gestão de Pessoas) - Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, Ijuí, 2018.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso: Planejamento e métodos**. Bookman editora, 2005.

ANEXO 1:

ESCALA DE CLIMA ORGANIZACIONAL:

Caro Colaborador,

Neste questionário você vai encontrar uma série de frases que descrevem características das empresas e que foram levantadas em diferentes organizações de trabalho. Por favor, avalie o quanto essas características descrevem essa empresa onde você trabalha. O importante é que você dê sua opinião sobre as características da sua empresa COMO UM TODO.

Para responder, leia as características descritas nas frases a seguir e anote junto a cada frase o número que melhor representa sua opinião, de acordo com a seguinte escala:

1 Discordo totalmente	2 Discordo	3 Nem concordo Nem discordo	4 Concordo	5 Concordo totalmente
--	-----------------------------	--	-----------------------------	--

01. Meu setor é informado das decisões que o envolvem.	
02. Os conflitos que acontecem no meu trabalho são resolvidos pelo próprio grupo.	
03. O funcionário recebe orientação do supervisor (ou chefe) para executar suas tarefas.	
04. As tarefas que demoram mais para serem realizadas são orientadas até o fim pelo chefe.	

05. Aqui, o chefe ajuda os funcionários com problemas.	
06. O chefe elogia quando o funcionário faz um bom trabalho.	
07. As mudanças são acompanhadas pelos supervisores (ou chefes).	
08. As mudanças nesta empresa são informadas aos funcionários.	
09. Nesta empresa, as dúvidas são esclarecidas.	
10. Aqui, existe planejamento de tarefas.	
11. O funcionário pode contar com o apoio do chefe.	
12. As mudanças nesta empresa são planejadas.	
13. As inovações feitas pelo funcionário no seu trabalho são aceitas pela empresa.	
14. Aqui, novas ideias melhoram o desempenho dos funcionários.	
15. O chefe valoriza a opinião dos funcionários.	
16. Nesta empresa, os funcionários têm opinião nas mudanças.	

17. O chefe tem respeito pelos funcionários.	
18. O chefe colabora com a produtividade dos funcionários.	
19. Nesta empresa, o chefe ajuda o funcionário quando ele precisa.	
20. A empresa aceita novas formas de o funcionário realizar suas tarefas.	
21. O diálogo é utilizado para resolver os problemas da empresa.	
22. Os funcionários realizam suas tarefas com satisfação.	
23. Aqui, o chefe valoriza seus funcionários.	
24. Quando os funcionários conseguem desempenhar bem o seu trabalho, eles são recompensados.	
25. O que os funcionários ganham depende das tarefas que eles exercem.	
26. Nesta empresa, o funcionário sabe por que está sendo recompensado.	

27. Esta empresa se preocupa com a saúde de seus funcionários.	
28. Esta empresa valoriza o esforço dos funcionários.	
29. As recompensas que o funcionário recebe estão dentro das suas expectativas.	
30. O trabalho bem feito é recompensado.	
31. O salário dos funcionários depende da qualidade de suas tarefas.	
32. A produtividade do empregado tem influência no seu salário.	
33. A qualidade do trabalho tem influência no salário do empregado.	
34. Premiar o funcionário, esta empresa considera a qualidade do que ele produz.	
35. Os funcionários desta empresa têm equipamentos necessários para realizar suas tarefas.	
36. O ambiente de trabalho atende às necessidades físicas do trabalhador.	

37. Nesta empresa, o deficiente físico pode se movimentar com facilidade.	
38. O espaço físico no setor de trabalho é suficiente.	
39. O ambiente físico de trabalho é agradável.	
40. Nesta empresa, o local de trabalho é arejado.	
41. Nesta empresa, existem equipamentos que previnem os perigos do trabalho.	
42. Existe iluminação adequada no ambiente de trabalho.	
43. Esta empresa demonstra preocupação com a segurança no trabalho.	
44. O setor de trabalho é limpo.	
45. Os equipamentos de trabalho são adequados para garantir a saúde do empregado no trabalho.	
46. Nesta empresa, a postura física dos empregados é adequada para evitar danos à saúde.	

47. O ambiente de trabalho facilita o desempenho das tarefas.	
48. Aqui, existe controle exagerado sobre os funcionários.	
49. Nesta empresa, tudo é controlado.	
50. Esta empresa exige que as tarefas sejam feitas dentro do prazo previsto.	
51. A frequência do funcionário é controlada com rigor por esta empresa.	
52. Aqui, o chefe usa as regras da empresa para punir os funcionários.	
53. Os horários dos funcionários são cobrados com rigor.	
54. Aqui, o chefe pressiona o tempo todo.	
55. Nesta empresa, nada é feito sem a autorização do chefe.	
56. Nesta empresa existe uma fiscalização permanente do chefe.	
57. As relações entre as pessoas deste setor são de amizade.	

58. O funcionário que comete um erro é ajudado pelos colegas.	
59. Aqui, os colegas auxiliam um novo funcionário.	
60. Aqui nesta empresa, existe cooperação entre os colegas.	
61. Nesta empresa, os funcionários recebem bem um novo colega.	
62. Existe integração entre colegas e funcionários nesta empresa.	
63. Os funcionários se sentem à vontade para contar seus problemas pessoais para alguns colegas.	

ANEXO 2:

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO:

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

O(A) Sr(a) está sendo convidado a participar do projeto de pesquisa "Clima organizacional do segmento comércio varejista: um estudo de caso", cujo pesquisador responsável é a aluna Leticia Freire de Brito, orientada pela Profª Dra. Mara Aguiar Ferreira, vinculado ao Centro Universitário Christus (UNICHRISTUS) que se localiza no endereço Rua João Adolfo Gurgel, 133, bairro Cocó. O objetivo do projeto é avaliar as dimensões que compõem o clima organizacional no comércio varejista. O(A) Sr(a) está sendo convidado por que se enquadra no grupo de participantes delimitado para esta pesquisa, assim como tem uma vivência sólida enquanto gestor.

Caso aceite participar, sua participação consiste em responder a Escala de Clima Organizacional (ECO), que será convertida para o formato online, através do google forms, e enviada por email.

Toda pesquisa com seres humanos envolve riscos aos participantes. Nesta pesquisa os riscos para o(a) Sr.(a) analisar as percepções dos trabalhadores inseridos no segmento, a pesquisadora se compromete em, se for o caso, encaminhá-lo ao Serviço Escola de Psicologia Aplicada (SEPA) da Unichristus ou ainda, prestar suporte financeiro para atendimento psicológico.

Também são esperados os seguintes benefícios com esta pesquisa: colaborar para estudos sobre identificar o clima organizacional na área em que atua, assim como, contribuir para a compreensão do cenário laboral contemporâneo, mediante análise de construtos relacionados ao clima do comércio varejista. Almeja fomentar a articulação da teoria com a prática por meio do levantamento de dados científicos sobre o tema. Por fim, almeja a obtenção de conhecimentos que poderão embasar futura prática da pesquisadora na área.

A sua participação é voluntária, não lhe sendo cobrado nada, nem conferindo a você nenhum valor financeiro. Também lhe sendo facultada a desistência a qualquer momento da pesquisa.

Garantimos ao(à) Sr(a) a manutenção do sigilo e da privacidade de sua participação e de seus dados durante todas as fases da pesquisa e posteriormente na divulgação científica

O(A) Sr(a). pode entrar em contato com o pesquisador responsável Leticia Freire de Brito a qualquer tempo para informação adicional no endereço Rua João Adolfo Gurgel, 133, bairro Cocó, telefone (85) 99952-7263, e-mail leticia.freireb@gmail.com.

Este documento (TCLE) será elaborado em duas VIAS, que serão rubricadas em todas as suas páginas, exceto a com as assinaturas, e assinadas ao seu término pelo(a) Sr(a)., ou por seu representante legal, e pelo pesquisador responsável, ficando uma via com cada um.

CONSENTIMENTO PÓS-INFORMAÇÃO

Li e concordo em participar da pesquisa.

Fortaleza, ____/____/____.

Assinatura do Participante

Assinatura do Pesquisador Responsável

ANEXO 3:

TERMO DE ANUÊNCIA:

TERMO DE ANUÊNCIA

Declaramos para os devidos fins que estamos de acordo com a execução do projeto de pesquisa intitulado "Clima organizacional do segmento comércio varejista: um estudo de caso", sob a coordenação e a responsabilidade do(a) pesquisadora Letícia Freire de Brito, sob orientação da Profª Dra. Mara Aguiar Ferreira, e assumimos o compromisso de apoiar o desenvolvimento da referida pesquisa a ser realizada nessa instituição, no período de 01/09/2022 a 30/09/2022 após a devida aprovação no Sistema CEP/CONEP.

Fortaleza, _____ de _____ de _____.

Nome – cargo/função
(carimbo)

ANEXO 4:

DECLARAÇÃO DE AUSÊNCIA DE PLÁGIO

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DO CURSO DE PSICOLOGIA DA UNICHRISTUS

Título do projeto de TCC ou TCC final: O clima organizacional no comércio varejista

Declaro não ter identificado plágio no conteúdo do Trabalho de Conclusão de Curso desenvolvido

pelo(a) aluno(a) Letícia Freire de Brito (nome do aluno),

matrícula número 19.1.000922, orientado(a) por mim

Mara Aquino Ferreira (nome do(a) professor(a)

orientador(a)).

Local e data

Mara Aquino Ferreira

Assinatura do(a) professor(a) orientador(a)