

CLIMA ORGANIZACIONAL E A DINÂMICA DAS ATIVIDADES PROFISSIONAIS NA FEIRA da 25 de SETEMBRO, BELÉM, PA

Silvia, PIRES (1)
Jonathan, CRUZ (2)
Rodolpho, ESTEVAM (3)
Paulo, MOIA NETO (4)
(Centro Universitário Fibrá)

RESUMO

As feiras livres têm exercido um papel significativa na sociedade, exercendo assim uma influência não somente na vida econômica das cidades e regiões, mas principalmente como um lugar de interação social. Nesse sentido, verificar esses fatores, considerando aspectos do clima organizacional é importante porque traz uma perspectiva diferenciada porque o estudo de clima pode ser uma ferramenta, em longo prazo que dentro de suas variáveis do tempo vai mostrar e fazer compreender as atitudes, opiniões, motivação e como consequência

¹ Professora de Ensino Superior do Centro Universitário Fibrá. E-mail: silviapires8@yahoo.com.br

² Acadêmico do Curso de Administração, do Centro Universitário Fibrá e orientando de Iniciação científica.

³ Acadêmico do Curso de Administração, do Centro Universitário Fibrá, e orientando de iniciação científica.

⁴ Acadêmico do Curso de Administração, do Centro Universitário Fibrá e orientando da iniciação científica.

mostrar os fatores que possam contribuir para satisfação das pessoas. Dessa forma, verificar os fatores que favorecem o desenvolvimento das atividades dos profissionais da feira da 25 de Setembro, em Belém -- PA, considerando o clima organizacional é o objetivo central deste artigo. A abordagem foi realizada a partir de pesquisa bibliográfica e de campo, isto porque, além da pesquisa ter sido realizada em livros, artigos científicos, periódicos especializados, dissertações, teses; também foi realizada pesquisa de campo para coleta de dados, onde utilizou-se questionários de pesquisa com 15 (quinze perguntas) com foco no objeto de estudo e no intuito de obter informações quantitativas. Foram entrevistados 124 trabalhadores da feira da 25 de setembro. Acredita-se que com a realização desta pesquisa foi possível verificar e identificar que o desenvolvimento do trabalho dos profissionais da feira como uma atividade em que os feirantes, encontram-se satisfeitos com a atividade que realizam e relações humanas no trabalho, mesmo estando sujeitos a riscos no ambiente de trabalho e no âmbito comportamental, superando conflitos de relações, aceitação e interações conflitantes.

Palavras-chave: Clima organizacional. Feiras livres. Satisfação no trabalho.

ABSTRACT

Open markets have played a significant role in society, thus influencing not only the economic life of cities and regions, but mainly as a place for social interaction. In this sense, checking these factors, considering aspects of the organizational climate is important because it brings a

different perspective because the study of climate can be a tool, in the long term that within its time variables will show and make understand the attitudes, opinions, motivation and as a consequence, show the factors that can contribute to people's satisfaction. Thus, Verifying the factors that favor the development of the activities of the professionals at the 25 de Setembro fair, in Belém - PA, considering the organizational climate is the central objective of this article. The approach was carried out based on bibliographic and field research, because, in addition to the research being carried out on books, scientific articles, specialized journals, dissertations, theses; field research was also carried out to collect data, using research questionnaires with 15 (fifteen questions) focusing on the object of study and in order to obtain quantitative information. 124 workers from the September 25th fair were interviewed. It is believed that with the accomplishment of this research it was possible to verify and identify that the development of the work of the professionals of the fair as an activity in which the marketers are satisfied with the activity they perform and human relations at work, even though they are subject to risks in the work environment and in the behavioral scope, overcoming conflicts of relationships, acceptance and conflicting interactions.

Keywords: Organizational climate. Free fairs. Job satisfaction.

1 INTRODUÇÃO

Desde longo tempo as feiras livres têm exercido um papel significativo na sociedade. No seu aspecto histórico destaca-se sua presença no cotidiano das pessoas por apresentar-se como o primeiro local de compra e venda de produtos exercendo assim uma influência não somente na vida econômica das cidades e regiões, mas principalmente como um lugar de interação social.

Jesus e Damercê (2016) revelam que nas feiras as pessoas interagem e compartilham percepções; é um lugar de troca de saberes, onde se constroem relações de amizade, de intimidade, onde as pessoas criam laços umas com as outras, ao contrário do que ocorre em outros espaços de comercialização de produtos, como nos supermercados.

Vista como um espaço de heterogeneidade, onde encontram-se diversas pessoas de diferentes costumes; a feira-livre caracteriza-se como um reflexo da cidade na qual está situada, e assim mostra a multiplicidade de indivíduos que se relacionam e a transformam em um lugar único (JESUS; DAMERCÊ, 2016).

Isso nos faz compreender que as feiras livres se constituem em lugar de troca de experiências entre diferentes pessoas que a frequentam, e para as quais pode significar um conjunto de valores, tanto materiais, quanto simbólicos, pois a compra, a venda e a troca de mercadorias também podem promover sentimentos de confiança, reciprocidade e amizade.

Assim, diante das mais diversas feiras e pontos de venda pela Região Metropolitana de Belém, a feira da 25 foi escolhida como *lócus* desta investigação científica. De acordo com o decreto 26.579/94 que dispõe sobre o funcionamento de feiras livres no município de Belém:

Art. 1º: Considera-se “Feira Livre” o local previamente designado pela Administração Pública Municipal, dotado de equipamentos padronizados, removíveis ou não, destinados às atividades comerciais a nível de varejo, voltada para o abastecimento de gêneros alimentícios à população, especialmente os de origem hortigranjeira.

Na feira a céu aberto, podemos constatar que a maioria dos feirantes possuem um trabalho duro e pesado durante sua vida. Seus negócios de venda, repassado para seus familiares em grande parte, abrange quase todo seu

rendimento mensal. A excelente comunicação com seus fornecedores e clientes e um bom serviço atrelado ao seu produto de venda garantem sustento diário e qualidade de venda, mas, por diversos fatores como problemas sociais, físicos, educacionais, socioeconômicos e ambientais, fazem suas vendas caírem comprometendo as negociações de seu pequeno negócio.

Diante disso, torna-se pertinente o seguinte questionamento: Que fatores favorecem o desenvolvimento das atividades dos profissionais da feira da 25 de Setembro, em Belém -- PA, considerando o clima organizacional?

No intuito de responder a esse questionamento, coloca-se como objetivo geral verificar os fatores que favorecem o desenvolvimento das atividades dos profissionais da feira da 25 de Setembro, em Belém -- PA, considerando o clima organizacional.

Nesse sentido, verificar esses fatores, considerando aspectos do clima organizacional é importante porque traz uma perspectiva diferenciada, uma vez que o estudo de clima na maioria das vezes é aplicado mais em âmbito organizacional, ou seja, empresas fechadas e com e estrutura hierárquica. Destaca-se que o estudo de clima,

na verdade, pode ser uma ferramenta, estudada e observada em longo prazo que dentro de suas variáveis do tempo vai mostrar e fazer compreender as atitudes, opiniões, motivação e como consequência mostrar os fatores que possam contribuir para satisfação das pessoas em um determinado ambiente.

Com isso, considera-se a execução desta proposta de fundamental relevância para o conhecimento dos diversos fatores que implicam a dinâmica do trabalho desenvolvido nas feiras livres na cidade de Belém, em especial a feira da 25 de setembro.

Por fim, o artigo apresenta-se dividido em cinco seções, contando essa introdução. Após essa contextualização, apresentaremos a segunda seção que trata do referencial teórico composta de três subseções conforme as categorias de análise que sustentarão a análise dos dados: Clima organizacional; Satisfação no trabalho e Motivação. A terceira seção apresenta a metodologia utilizada neste artigo. Trata-se de um trabalho teórico e empírico, onde o objeto de estudo está na relação entre sustentabilidade ambiental e clima organizacional. A quarta seção dedicou-se aos resultados e discussões apresentados a partir das informações coletadas em

pesquisa de campo e levantamento bibliográfico. A última seção deste artigo apresenta as considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CLIMA ORGANIZACIONAL

O estudo de clima organizacional torna-se um elemento fundamental no contexto de uma organização. O clima adequado no ambiente de trabalho se tornou um fator relevante na satisfação dos colaboradores, pois estes passam grande parte do seu tempo no seu ambiente de trabalho. Dessa forma, Luz (2003) apresenta o clima organizacional como o reflexo do grau de satisfação dos trabalhadores em uma organização, num dado momento. Nesse sentido, Chiavenato (2005), explica que o clima organizacional está relacionado com os aspectos internos de uma organização, a atmosfera psicológica e as características da empresa, ou seja, o clima organizacional pode ser sentido psicologicamente e relacionado às propriedades motivacionais do ambiente interno de uma organização.

Então, compreende-se a pesquisa de satisfação interna como uma ferramenta que pode ser utilizada nos mais diversos tipos de organizações, com o intuito de mensurar o grau de qualidade do clima organizacional, e ainda, compõe a qualidade do ambiente da organização, sendo percebido pelos seus colaboradores e influenciando diretamente o comportamento dos mesmos.

Para Chiavenato (2005) O clima organizacional influencia a motivação desempenho humano e a satisfação no trabalho. Ele cria certos tipos de expectativas sobre as quais consequências se seguem em decorrência de diferentes ações. As pessoas esperam certas recompensas, satisfações e frustrações na base de suas percepções do clima organizacional. Essas expectativas – quando positivas – tendem a aumentar a motivação das pessoas.

Araujo e Garcia (2009) contribuem para a discussão quando afirmam que as pessoas que fazem parte da organização contribuem para a construção de um Clima Organizacional favorável que conduz a resultados, pois é através deste Clima que se pode trabalhar a eficiência e eficácia da organização. Isto significa que para o alcance dos objetivos das organizações, elas precisam contar com

funcionários satisfeitos e motivados, pois são eles que fazem com que tudo aconteça.

Assim, entende-se que o estudo do clima organizacional é de suma relevância para o sucesso da organização. Para Gil (2008) é importante que o ambiente de trabalho seja um lugar agradável, pois as pessoas passam muitas horas do seu dia neste ambiente, se esses momentos forem agradáveis as pessoas se sentirão mais motivadas e envolvidas com a qualidade apresentando melhores resultados, sendo então o estudo do clima que encontrara os aspectos da organização que levam a provocação de diferentes espécies de motivação nas pessoas.

O estudo do clima organizacional é primordial para que haja uma melhoria na gestão de pessoas e consequentemente melhorias nos resultados da empresa, pois as dimensões do clima tem relação com a percepção e confiança e interfere nos indicadores de percepção de outras categorias, devendo assim a gestão de confiança ser incluída nas estratégias de gestão de pessoas (ANDRADE, FISCHER e STEFANO, 2015).

Outro ponto importante é o fortalecimento do clima organizacional por parte dos líderes, pois se entende que

esses são os principais responsáveis para geração de motivação no ambiente de trabalho, o que pode contribuir para o engajamento das pessoas na execução de suas tarefas. Segundo Clawson e Newburg (2005), o ambiente organizacional é carente de energia, ou seja, de motivação.

De acordo com Marras (2011), um clima organizacional adequado leva os trabalhadores a serem mais participativos e comprometidos com as atividades da organização proporcionando melhores resultados, a questão da satisfação no trabalho e da motivação das pessoas é crucial para um clima favorável. O clima organizacional quando negativo, é considerado como um fator estressor para a vida das pessoas, pois o estresse pode ser entendido como uma reação ao meio no qual as pessoas estão inseridas, e quando as pessoas se sentem nesta situação, não há compromisso para com o trabalho, aumentando assim a rotatividade e o absenteísmo, e como consequências efeito negativo para a saúde física e mental dos colaboradores (MARRAS, 2011).

2.2 SATISFAÇÃO NO TRABALHO

Sobre a satisfação no trabalho, Robbins (2002) define o termo “satisfação com o trabalho” como a atitude geral de uma pessoa em relação ao trabalho que realiza, onde esta pessoa pode ter um alto nível de satisfação e apresentar atitudes positivas como também pode ter insatisfação e apresentar o oposto, atitudes negativas. Isso significa que a avaliação que um funcionário faz de sua satisfação ou insatisfação com o trabalho é resultado de um complexo somatório de diferentes elementos, entre eles: a convivência com colegas e líderes; a obediência a regras e políticas organizacionais; o alcance de padrões de desempenho e a aceitação de condições de trabalho, geralmente abaixo do ideal. O autor discorre sobre a importância de se ter colaboradores satisfeitos:

Funcionários satisfeitos parecem mais propensos a falar bem da organização, ajudar os demais e ultrapassar as expectativas em relação ao seu trabalho. Além disso, funcionários satisfeitos podem estar mais dispostos a ir além de suas atribuições regulares, por querer repetir experiências positivas (ROBBINS, 2002, p. 78)

Robbins (2002, p. 75) apresenta a satisfação no trabalho e o desempenho dos funcionários relacionados a três variáveis de análise: a produtividade, o absenteísmo e a rotatividade:

- Satisfação e produtividade: pode-se afirmar em decorrência de pesquisas realizadas (em organizações como um todo e não somente no nível individual) que as empresas felizes são mais produtivas, pois foi identificado que funcionários satisfeitos tendem a ser mais eficazes;
- Satisfação e absenteísmo: estudos mostram que funcionários satisfeitos mesmo com possibilidade de falta (como por exemplo em decorrência de fenômenos naturais) apontam que os colaboradores que se consideravam satisfeitos tem um maior índice de comparecimento em relação aos considerados insatisfeitos, revelando que a satisfação esta negativamente correlacionada ao absenteísmo;
- Satisfação e rotatividade: um importante moderador da relação satisfação e rotatividade e o nível de desempenho do trabalhador, qualquer que seja o nível de satisfação, os funcionários de melhor desempenho tendem a permanecer por um período maior na organização, porque recebem reconhecimento, elogios e outras recompensas que os levam a ter vontade de permanecer no emprego, demonstrando que a satisfação também está negativamente correlacionada com a rotatividade.

Caldeira (2003) avalia que a satisfação é uma atitude geral da pessoa face ao seu trabalho. Para o autor a satisfação envolve as atividades desempenhadas, a interação entre colegas, o seguimento de determinadas regras, normas e políticas organizacionais, o alcance de objetivos e as condições de trabalho. Ainda segundo ele, as causas da satisfação no trabalho estão divididas em duas grandes categorias: as determinantes organizacionais, isto é, as que se relacionam com a organização e o desempenho no trabalho; e as determinantes pessoais, isto é, as que se relacionam com as características pessoais dos próprios trabalhadores. As determinantes organizacionais são o tipo de supervisão, a realização de um trabalho mentalmente desafiante, a clareza da função, o conteúdo do trabalho, as recompensas equitativas, as boas condições de trabalho e o bom relacionamento entre colegas. Enquanto que as determinantes pessoais são o tipo de personalidade e a satisfação geral com a vida.

Para Srikonda (1999), é notória a importância de uma empresa assumir a responsabilidade de auxiliar os seus empregados a crescer, buscando também a satisfação dos mesmos, posto que, altos níveis de

satisfação foram relacionados a benefícios e compensação satisfatória, atmosfera prazerosa, autonomia para tomada de decisões e possibilidades de treinamento e desenvolvimento de carreira.

A insatisfação no trabalho pode gerar consequências como o absenteísmo e a rotatividade. Os trabalhadores mais satisfeitos com seus empregos tendem a ter melhor registro de presença e estão menos propícios a faltar por motivos não-explicados que os insatisfeitos. Do mesmo modo que os trabalhadores insatisfeitos têm mais probabilidade de se demitir que o satisfeito (SCHERMERHORN, HUNT, OSBORN, 1999).

Para Spector (2003) satisfação no trabalho refere-se aos sentimentos dos indivíduos com relação a diversos aspectos relacionados ao serviço. Já Siqueira (2008) se refere à satisfação no trabalho como situações prazerosas que o indivíduo vivencia na organização em cinco dimensões como relações com colegas, supervisores, salários, promoção e próprio trabalho.

Concordando com Siqueira e Spector, Muchinsky (2004) menciona a satisfação no trabalho, com sentimentos que a pessoa tem sobre seu trabalho em relação algumas dimensões. Hollenbeck e Wagner III

(2004) enfatizam que o colaborador da empresa pode estar satisfeito com seu supervisor ou com seu colega devido eles o ajudarem a atingir alguns resultados valorizados dentro da organização. Já Siqueira (2008) salienta em sua literatura a devida importância dos gestores em avaliar os retornos ofertados pela empresa em forma de salários e promoção, a convivência com colegas e as chefias e a realização das tarefas o quanto estes fatores propiciam gratidão de seus funcionários.

2.3 MOTIVAÇÃO

Conforme Bergamini (1997, p. 30), “a motivação pode ser caracterizada como um processo intrínseco ao indivíduo, que o impulsiona, que o leva a atuar, a comportar-se de determinada maneira em direção ao mundo exterior”. Na mesma linha de pensamento, Santos (2004) coloca a motivação como fator essencial para que o funcionário se dedique ao trabalho. Conforme o autor, esta motivação para o trabalho está diretamente relacionada com o indivíduo, a organização, o ambiente interno e externo.

Existem dois grandes conjuntos de teorias motivacionais. O primeiro compreende as teorias relacionadas com aspectos motivadores do trabalho, denominadas por Katzell e Thompson (1990) como teorias exógenas. Estas teorias focalizam aspectos do trabalho relevantes para valorizar e estimular a pessoa no trabalho. Obviamente, estes fatores podem ser modificados pela organização por meio das suas estratégias de gestão. O segundo grupo compreende as teorias relacionadas com as motivações pessoais. São as chamadas teorias endógenas que, segundo Katzell e Thompson (1990), exploram os processos ou variáveis mediadoras do comportamento motivado.

Nesse sentido, Minicucci e Agostinho (1995) enfatizam que a motivação leva as pessoas a agirem em direção aos seus objetivos, sendo ela uma força impulsionadora porém, existem dois tipos de força a positiva, baseada nas necessidades que aproxima o indivíduo do estímulo, e a força negativa baseada no temor, na aversão, que afasta a pessoa do estímulo.

Para Robbins (2005), a motivação é resultante da interação do indivíduo com a situação, podendo variar de indivíduo para indivíduo ou dependendo apenas da

situação, sendo a motivação responsável pelo esforço pessoal para alcançar os objetivos.

Para analisar a motivação no trabalho, deve-se levar em consideração o indivíduo com suas características e experiências, a natureza do trabalho e o clima da organização, pois a motivação é uma atitude que representa o clima organizacional, por isso é muito importante a formação do líder, ele precisa ser dotado de alta sensibilidade interpessoal sendo o principal responsável pela manutenção do esforço motivacional dos seus subordinados (BERGAMINI, 2011).

Portanto, a motivação é intrínseca, está dentro de nós, nasce de nossas necessidades interiores, é uma força, uma energia que nos impulsiona na direção de nossos objetivos, sendo assim, ninguém motiva ninguém, os de fora apenas estimulam, incentivam a motivação (VERGARA, 2011).

3 METODOLOGIA

Esta seção tem como propósito apresentar a metodologia utilizada neste artigo. Trata-se de um trabalho teórico e empírico, no qual a verificação dos fatores que

favorecem o desenvolvimento das atividades dos profissionais da feira da 25 de Setembro, em Belém -- PA é o seu interesse, no campo de observação estão os feirantes, e o objeto de estudo está na relação entre sustentabilidade ambiental e clima organizacional.

Quanto aos objetivos esta pesquisa classifica-se como pesquisa descritiva, pois apenas registrou e descreveu os fatos observados sobre as atividades profissionais na feira da 25 de setembro, estabelecendo assim a descrição desta população e do fenômeno ocorrido e as relações entre as variáveis em estudo sem interferência sobre os fatos observados.

Quanto aos procedimentos a pesquisa é considerada como bibliográfica e de campo, isto porque, além da pesquisa ter sido realizada em livros, artigos científicos, periódicos especializados, dissertações, teses; também foi realizada pesquisa de campo para coleta de dados. Prodanov; Freitas (2013) aponta que uma característica da pesquisa descritiva é o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados, tal como o questionário. Este instrumento de pesquisa permite que os fatos sejam observados, registrados; para posterior análise, classificação e interpretação sobre o assunto estudado.

Para a coleta de dados procedeu-se com a pesquisa de campo utilizando questionários de pesquisa com 15 (quinze perguntas) com foco no objeto de estudo e no intuito de obter informações quantitativas. Foram entrevistados 124 trabalhadores da feira da 25 de setembro, conforme descreve o resultado com as análises apresentadas na seção seguinte.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Dentro dos parâmetros históricos da Feira da 25 localizada na cidade Belém do Estado do Pará, contatou-se que a sua origem se deu pela vinda de comerciantes da Feira de São Brás com mercadorias orgânicas e inorgânicas, iniciando-se com um pequeno aglomerado de feirantes. Seu nome veio em virtude do nome da avenida 25 de Setembro que mesmo tendo seu nome modificado para a avenida Rômulo Maiorana (homenagem ao fundador da Fundação Rômulo Maiorana atual grupo Liberal filiada Rede Globo de Televisão), não sofreu alteração do seu nome original (Feira da 25 de Setembro).

De acordo com pesquisa desenvolvida por Costa Júnior (2017), a organização interna da Feira da 25 de

setembro obedece a duas classificações, por áreas e setores: “A divisão por área se dá em razão da localização: a Área I vai da Trav. Jutai à Das Mercês, enquanto a Área II se estende desta última até a Antônio Baena” (COSTA JÚNIOR, 2017, p.27); e cada área divide-se em setores, conforme apresenta o Quadro 1.

Quadro 1- Setores da Feira da 25 de setembro, segundo as áreas

Área I	Área II
Setores	Setores
Caranguejo	Refeições
Pescado	Hortifrutigranjeiros
Refeições	Mariscos
Hortifrutigranjeiros	Movelaria
Industrializados	Plantas
Mercearia	Carvão/churrasqueira
Camarão	Maniçoba/Tucupi
Farinha	Açaí
-	Farinha

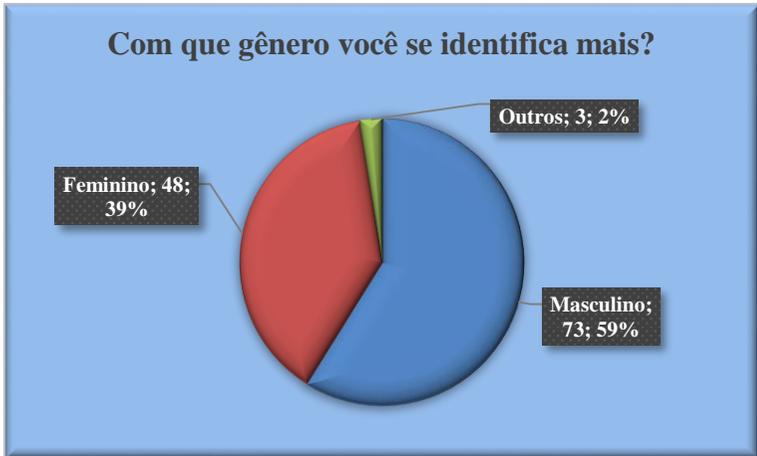
Fonte: Costa Júnior (2017, p. 28).

Costa Júnior (2017) considera que a atividade econômica desenvolvida na Feira da 25 de setembro não está atrelada somente às suas relações comerciais, mas é necessário observar as relações

de trabalho. Nesse sentido compreende-se a relevância deste artigo ao tratar de variáveis como: o clima organizacional, a satisfação no trabalho e a motivação.

Assim, realizada a coleta e o tratamento dos dados, foi possível proceder com as verificações, e assim apresentar os resultados e suas respectivas discussões no intuito de verificar os fatores que favorecem o desenvolvimento das atividades dos profissionais da feira da 25 de Setembro, em Belém – PA considerando a relação entre sustentabilidade ambiental e clima organizacional. Assim, como primeiro ponto está a identificação de gênero dos profissionais desta feira, conforme apresenta o Gráfico 1.

Gráfico 1: Identificação de Gênero



Fonte: Elaborado pelos autores – Pesquisa / 2019

Em relação ao gênero foi possível constatar a predominância de feirantes do gênero masculino, 73 Feirantes, o que representa 59% dos entrevistados. Feirantes do gênero feminino (48 Feirantes) representam 39% (Gráfico 1), sendo que a maior parte dessas mulheres trabalham com ervas, alimentos e vegetais em seus locais de trabalho.

Gráfico 2: Faixa Etária Correspondente

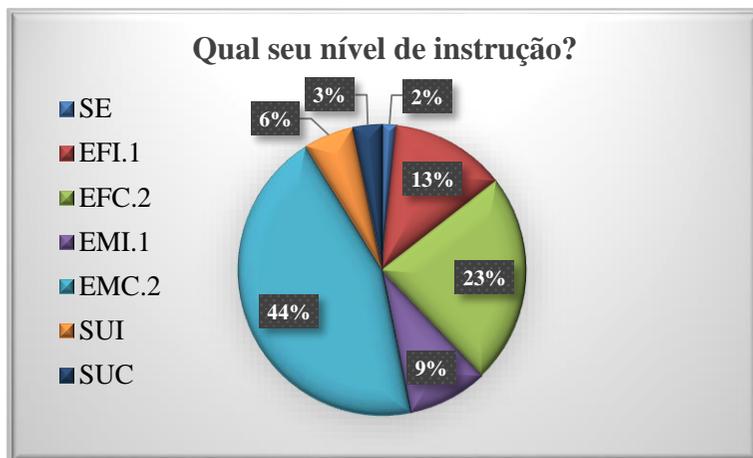


Fonte: Elaborado pelos autores – Pesquisa / 2019

Quanto à faixa de idade dos entrevistados, fez-se a seguinte constatação: 2% (até 20 anos); 2% (entre 21 e 25 anos); 11% (entre 26 e 35 anos); 22% (entre 36 e 45 anos) e 63% (acima de 45 anos), conforme Gráfico 2. A partir desses dados, foi possível verificar que a maioria dos feirantes possuem meia-idade, e isso justifica-se por estes continuarem seus negócios ao longo dos anos. Com o passar do tempo, os feirantes foram se acomodando devido seu trabalho diário, contudo, ao passar adiante seus empreendimentos para filhos, irmãos, parentes próximos ou amigos, uma quantidade razoável de adultos

na faixa entre 21 a 45 anos continuam a jornada laboral pela feira.

Gráfico 3: Faixa de Escolaridade Correspondente

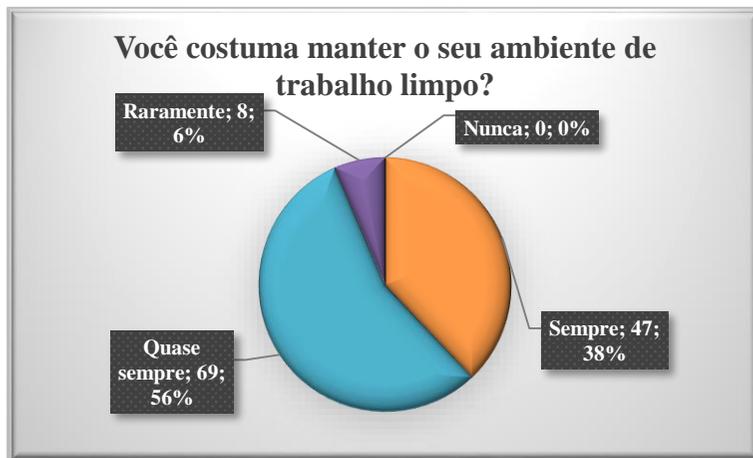


Fonte: Elaborado pelos autores – Pesquisa / 2019

Observou-se durante a pesquisa que 2% (2 feirantes) não possui qualquer grau de escolaridade ou não sabe informar ao pesquisador, outros 13% (16 feirantes) informaram que possuem o ensino fundamental incompleto, além destes outros 23% (29 feirantes) da informaram que possuem o ensino fundamental completo, outros 9% (11 feirantes) possuem o ensino médio incompleto. Outros 44% (55 feirantes) possuem ensino médio completo, além deste, outros 6% (7 feirantes) e 3%

(4 feirantes) informaram possuir o ensino superior incompleto e ensino superior completo, respectivamente.

Gráfico 4: Grau de Importância de Limpeza Laboral

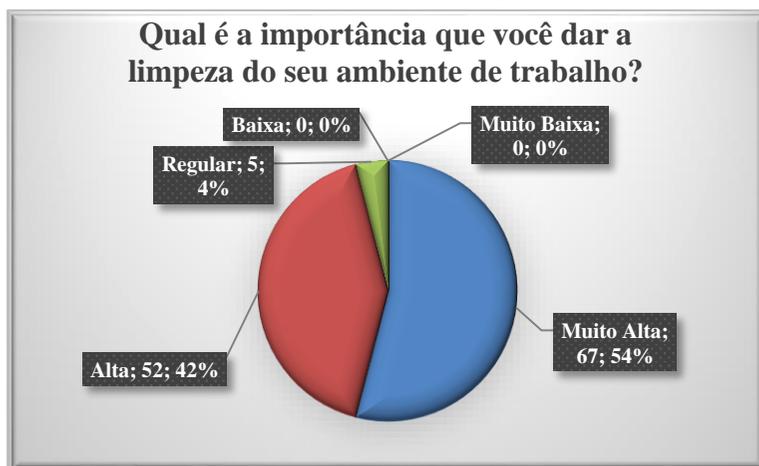


Fonte: Elaborado pelos autores – Pesquisa / 2019

Observou-se durante a pesquisa que grande parcela dos feirantes afirmou que quase sempre (56%) e sempre (38%) fazem uma rotina diária de limpeza em seu ambiente de trabalho (Gráfico 4). Durante a realização da pesquisa *in loco*, observou-se que uma parcela dos feirantes não estão adequadamente mantendo a higienização do seu ambiente laboral. Entretanto, outra parcela da feira se encontra nos padrões de limpeza diária com organização e higienização conforme observado e relatado pelos comerciantes. A maioria dos feirantes limpa

apenas onde estão expostos seus produtos para venda e de sua locomoção, sendo insuficiente em locais na qual muitas vezes apresenta insetos, poeira, lixo orgânico e entulhos diversos no seu espaço.

Gráfico 5: Grau de Relevância pela Limpeza

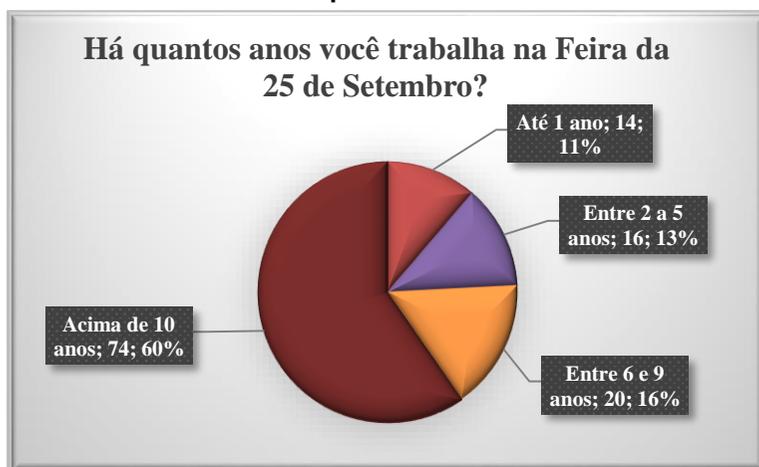


Fonte: Elaborado pelos autores – Pesquisa / 2019

Quanto ao grau de relevância pela limpeza, observou-se que 4% (5 feirantes) dos entrevistados considera regular a importância que tem um ambiente de trabalho limpo. Outros 42% (52 feirantes) consideram alta a importância à limpeza do seu ambiente de trabalho e 54% (67 feirantes) afirmam ser muito alta a importância à limpeza do seu ambiente de trabalho. Robbins (2002)

define o termo “satisfação com o trabalho” como a atitude geral de uma pessoa em relação ao trabalho que realiza, e a avaliação que um funcionário faz de sua satisfação ou insatisfação com o trabalho é resultado de um complexo somatório de diferentes elementos, entre eles; as condições de trabalho.

Gráfico 6: Tempo de Trabalho na Feira

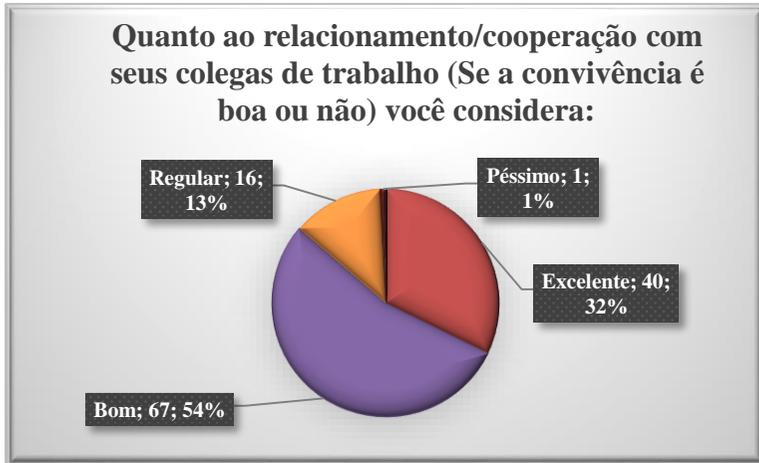


Fonte: Elaborado pelos autores – Pesquisa / 2019

Sobre a variável “tempo de trabalho na feira”, observou-se 11% (14 feirantes) possui até 1 ano de trabalho na feira, outros 13% (16 feirantes) entre 2 a 5 anos operando na feira, além destes, outros 16% (20 feirantes) possui entre 6 a 9 anos e 60% (74 feirantes) já se

encontram a pelo menos no mínimo de 10 anos ou mais. Com esses resultados, demonstra-se que a maior parte dos feirantes tem mais de 10 anos presente no local, e os demais possuem razoável tempo. Entretanto, os feirantes que permanecem mais tempo atuando na feira, assim o fazem por gostarem do que fazem no seu dia a dia. Eles afirmaram que se sentem felizes e motivados no seu dia a dia na Feira da 25 junto aos seus parentes, amigos e clientes. Conforme Bergamini (1997, p. 30), “a motivação pode ser caracterizada como um processo intrínseco ao indivíduo, que o impulsiona, que o leva a atuar, a comportar-se de determinada maneira em direção ao mundo exterior

Gráfico 7: Relação entre os Feirantes



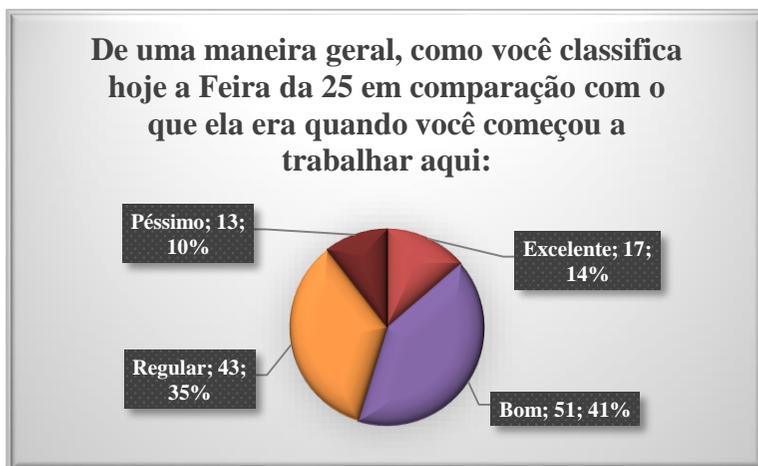
Fonte: Elaborado pelos autores – Pesquisa / 2019

Observou-se durante a pesquisa que grande parcela dos feirantes mantêm uma relação de harmonia e cooperação entre eles. Os que consideram boa a relação entre os feirantes, representam 54% dos entrevistados; enquanto aqueles que consideram excelente, representa 32%. Diante disso, podemos observar que mais de 80% dos feirantes possuem uma comunicação afetiva laboral dentro dos padrões de um sistema social. Mas, alguns feirantes não possuem a facilidade de comunicar-se com outros ou até mesmo de manter uma relação de amizade, visto que eles preferem se manter concentrados na venda

e relação com seus clientes para não perder o foco do seu trabalho diário.

Constatou-se variáveis de relacionamento, como a amizade, a cooperação e relacionamentos abertos de amizade entre eles. Alguns feirantes não simpatizam com outros pela questão de sua maneira de trabalho ou pelo estilo de vida seguido. Nesse sentido, os que marcaram como nível de comunicação regular ou péssimo, podemos supor como fato gerador o foco em suas vendas e clientela.

Gráfico 8: Classificação do Ambiente da Feira



Fonte: Elaborado pelos autores – Pesquisa / 2019

Observou-se durante a pesquisa que os feirantes se dividem com relação a classificação da feira do início do seu trabalho até os dias atuais. Uma pequena parcela de 14% afirma que a feira é excelente, seja em infraestrutura ou em suas vendas. Mas é importante ressaltar, que os que afirmam que a feira é excelente são os que mais investem em seus negócios ou possuem mecanismos para fluidez em suas vendas. Outra parcela de 41% dos feirantes afirma que a feira se encontra em um estado "bom", com poucas modificações infraestruturais e comercialização de produtos, no entanto, observou-se diversas avarias ao redor da feira e em seu complexo durante a pesquisa. Outra parcela dos feirantes se encontra em estado regular (35%), pelo motivo da falta de manutenção predial da infraestrutura da feira e baixa frequência na limpeza diária. O percentual de insatisfeitos com a feira foi de 10%, na qual afirmam que o supermercado, baixa movimentação de fregueses dentro da feira, limpeza e outros comentários acerca da infraestrutura, fazem com que as suas vendas declinem ou perca para o seu concorrente próximo.

Gráfico 9: Satisfação Laboral



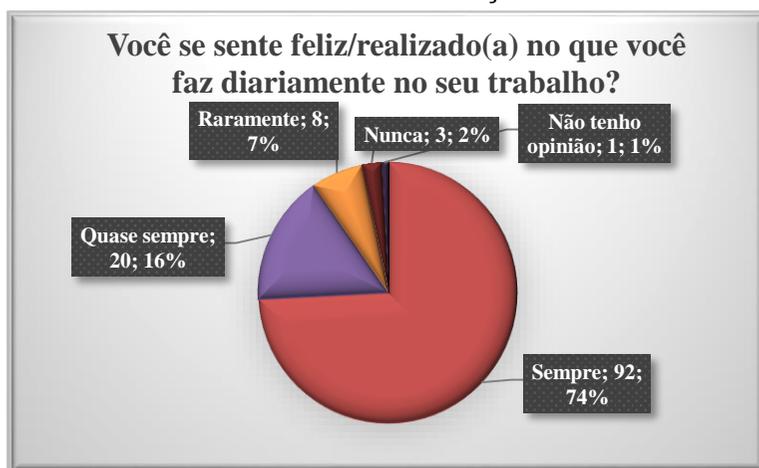
Fonte: Elaborado pelos autores – Pesquisa / 2019

Observou-se durante a pesquisa que a maioria dos feirantes, ou seja, 94% disseram sim para o gosto do seu trabalho diário. Nessa pergunta mais aberta, esses feirantes afirmam que o gosto pela comercialização vem desde pequeno passando de geração a geração na qual o hábito de comercializar e se comunicar com seus clientes, fazem-vos felizes no seu dia a dia. Nessa questão, não envolve somente os ganhos financeiros, mas pela satisfação de ajudar o próximo comercializando e se comunicando eficazmente.

Caldeira (2003) avalia que a satisfação é uma atitude geral da pessoa face ao seu trabalho. Para o autor

a satisfação envolve as atividades desempenhadas, a interação entre colegas, o seguimento de determinadas regras, normas e políticas organizacionais, o alcance de objetivos e as condições de trabalho. Observa-se que não há desmotivação ou desprezo pelo trabalho que realizam, e sim um foco em suas vendas para alcance de seus objetivos pessoais. No entanto, esses trabalhadores atuam com responsabilidades diárias para o sustento familiar ou de si próprio, até quando alguém possa substituí-lo em seus trabalhos rotineiros. Isso se deve ao fato de não conseguirem um emprego com carteira assinada.

Gráfico 10: Nível de Realização Laboral



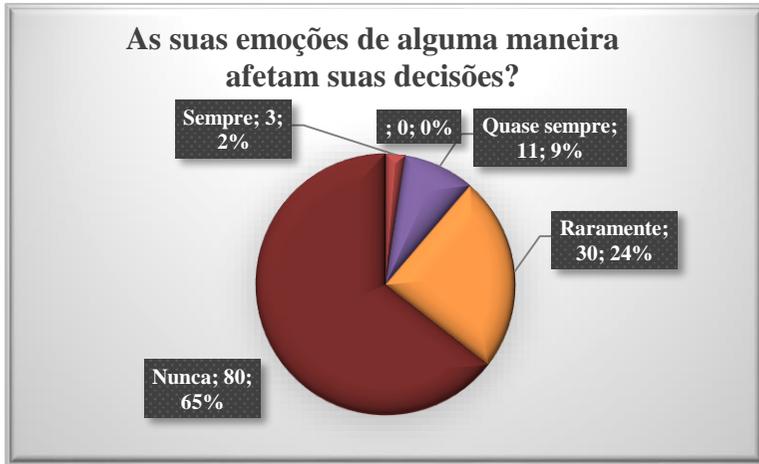
Fonte: Elaborado pelos autores – Pesquisa / 2019

Observou-se durante a pesquisa que grande maioria dos feirantes se sente feliz/realizado no seu dia a dia, assim como podemos constatar na pergunta anterior em relação a satisfação que está atrelada ao nível de realização laboral, 74% afirmam que diariamente se sentem felizes no ambiente da feira. Para Spector (2003) satisfação no trabalho, refere-se aos sentimentos dos indivíduos com relação a diversos aspectos relacionados ao serviço. Já Siqueira (2008), refere-se à satisfação no trabalho como situações prazerosas que o individuo vivência na organização, como relações com colegas, supervisores, remuneração e o próprio trabalho. Foi possível verificar um nível de felicidade por parte dos trabalhadores em relação ao trabalho que desempenham na feira. Concordando com Siqueira (2008); Spector, Muchinsky (2004) mencionam a satisfação no trabalho, com sentimentos que a pessoa tem sobre seu trabalho em relação algumas dimensões.

Diante disso, temos que a grande parcela dos feirantes gosta da prática de vendas e negociação no organismo da feira, entretanto, os que afirmaram quase sempre, 16% do total, não se sente tão realizado pelo motivo do cansaço diário, dificuldades financeiras, crises

familiares que às vezes, permeiam seus pensamentos diários, infraestrutura local, seus concorrentes próximos e outros aspectos que interferem no desenvolvimento das atividades de trabalho. Siqueira (2008) salienta em sua literatura a devida importância em avaliar os retornos ofertados pelo trabalho, em forma de remuneração, desenvolvimento empreendedor, a convivência com colegas e a realização das tarefas o quanto estes fatores propiciam gratidão pelo trabalho que realizam. Se somarmos a parcela quase sempre, raramente e nunca, constatamos que esses feirantes não se sentem realizados pelo tipo de ambiente no qual se encontram, seja pela infraestrutura, seja pela própria experiência diária de vendas na feira.

Gráfico 11: Nível Emocional Laboral



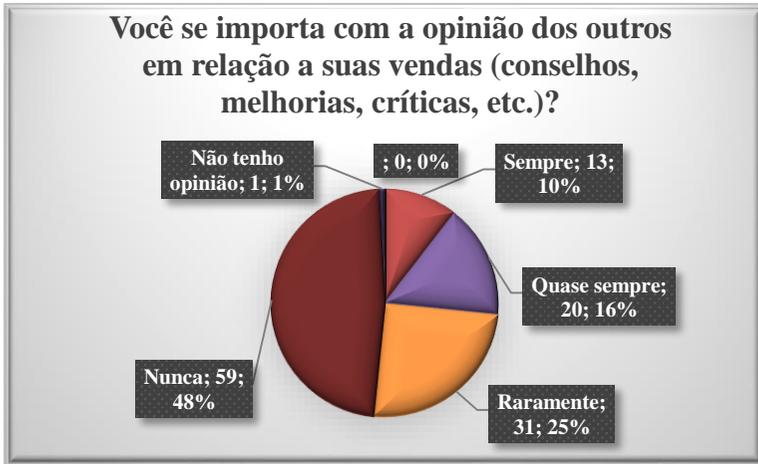
Fonte: Elaborado pelos autores – Pesquisa / 2019

Observou-se durante a pesquisa que 65% dos feirantes afirmaram que nenhuma emoção afeta seus trabalhos laborais durante sua estadia na feira da 25. Isso demonstra que a grande maioria se concentra nos seus afazeres diários e nas suas prospecções de vendas aos seus clientes sem, no entanto, diminuir a comunicação com seus colegas de trabalho (isolamento), mesmo com ruído e barreiras, ou demonstrar algum abatimento emocional (tristeza, baixa autoestima ou cansaço mental). Entretanto, 24% deles afirmam que raramente as emoções afetam na sua tomada de decisão pelo fato da concentração de prospectar clientes e movimento diário de

negociação no qual seu enfoque volta-se diretamente para seu ambiente laboral, ocasionando assim, um direcionamento maior aos seus negócios deixando de lado suas emoções.

Partindo desse princípio, o processamento das informações relatadas dos feirantes é explicado pelo fato de aprenderem com o seu dia a dia na feira comercializando seus produtos e se relacionando com seus clientes. Para analisar a motivação no trabalho, deve-se levar em consideração o indivíduo com suas características e experiências, a natureza do trabalho e o clima da organização, pois a motivação é uma atitude que representa o clima organizacional. (BERGAMINI, 2011).

Gráfico 12: Importância de Opiniões



Fonte: Elaborado pelos autores – Pesquisa / 2019

Observa-se a existência de uma relatividade sobre a importância das opiniões diante dos feirantes. Cerca de 48% dos feirantes afirmam que não gostam de receber ou realizar opiniões acerca de diversos assuntos sobre seu negócio ou relacionados. Ressalta-se que para os feirantes a “opinião” significa “intervenção”. Entretanto, raramente, (25%), quase sempre (16%) e sempre (10%), ou seja, 51% dos feirantes aceitam alguma crítica, conselho ou melhorias em seus negócios para dar “voz” aos seus clientes ou colaboradores e realizar melhorias em seu ambiente laboral. Diante dessa questão, segundo Marques (2018) o que terceiros pensam em relação à sua própria

vida é um grande desafio para muitos, mas é necessário para que se exerça algo muito importante: a liberdade de ser quem é e de agir de acordo com seus valores e convicções.

Nesta afirmação, podemos perceber que quase metade dos feirantes não se importam pela opinião de terceiros ou de seus clientes pelo fato de estarem em princípio com seus valores e suas convicções. Metzler (2019) confirma que “vivemos em sociedade e a opinião dos outros pode ser importante, desde que venha para somar”, mas também pode ser um grande limitador. Aliado a isso, verificamos que os feirantes gostam de receber melhorias para aumento de suas vendas e prospecção de novos clientes na feira da 25. Isso demonstra que os feirantes estão convictos para o enfrentamento ou não de opiniões do que se pratica no seu dia a dia.

Gráfico 13: Níveis de Riscos Laboral



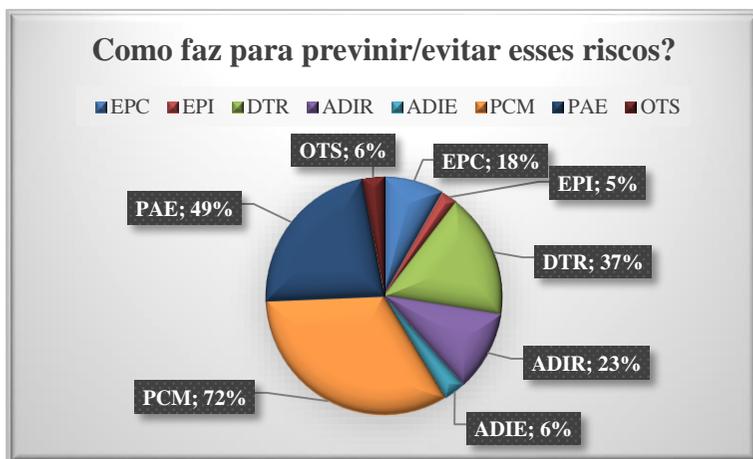
Fonte: Elaborado pelos autores – Pesquisa / 2019

Observou-se durante a pesquisa que 9% estão expostos aos riscos de produtos químicos (RPQ) em seu ambiente de trabalho, 54% com vibrações (VIB), 64% com ruídos (RDS), 52% com parasitas (PAR), 84% com alternância de temperatura (calor/frio) (ALTCF), 38% com radiações (RAD), 56% com bactérias (BAC) e vírus (VIR) respectivamente e 33% com outros riscos (OTS) mencionados no questionário ao avaliador. Vários fatores podem causar a exposição dos feirantes a riscos em feiras livres. O ambiente das feiras livres é conhecido por possuir um grau elevado de vibrações decorrentes de ruídos ou barulhos de carros, pessoas gritando, grande

movimentação e sons oriundos das atividades operacionais, o que acaba gerando desconforto para algumas pessoas.

Além disso, outros tipos de riscos são encontrados nesses ambientes, como por exemplo, os biológicos. Vários estudos relacionados aos riscos biológicos apresentam que nesses ambientes não há conhecimento de manipulação e comercialização de alimentos, os locais não possuem condições necessárias de higiene e a estrutura física do local é precária, resultando em riscos à saúde pública e ocasionando a proliferação de doenças que podem afetar tanto os consumidores quanto os feirantes (ALMEIDA. 2011). Nessa questão, as pessoas que trabalham no manuseio de alimentos, devem ser esclarecidas sobre métodos de conservação, manipulação e higienização através de cursos de manipulação de alimentos, para se evitar contaminação e consequentes agravos à saúde dos consumidores. Vale ressaltar que os fatores climáticos juntamente com essas questões, aumentam os fatores de riscos e influenciam negativamente na saúde do indivíduo (ALMEIDA, 2011).

Gráfico 14: Prevenção de Riscos



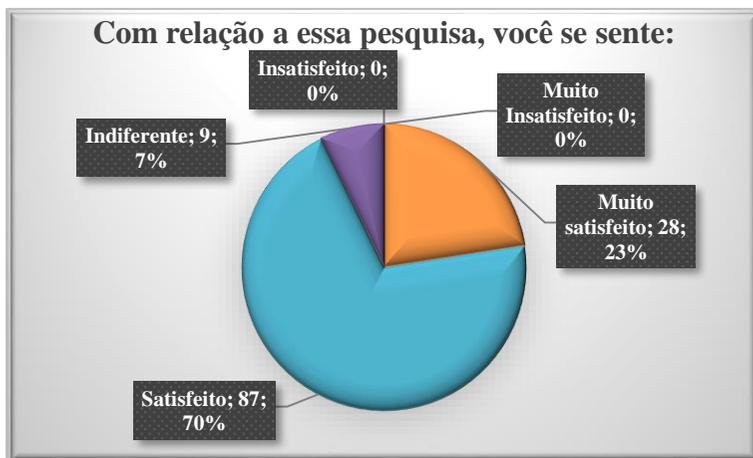
Fonte: Elaborado pelos autores – Pesquisa / 2019

Observou-se durante a pesquisa, que 18% deles se utilizam equipamentos de proteção coletiva (EPC) para evitar os riscos em seu ambiente de trabalho, 5% utilizam equipamentos de proteção individual (EPI), 37% diminuem o tempo de exposição aos riscos (DTR), 23% adquirem informação/formação sobre os riscos potenciais de exposição (ADIR), 6% adquirem informação sobre o modo de utilização dos equipamentos (ADIE), 72% utilizam procedimentos de controle medico (PCM) periódicos para prevenção, 49% seguem uma alimentação equilibrada (PAE) e 6% deles utilizam outros meios (OTS) de prevenção conforme apurado no questionário aplicado.

Segundo Castilho (2010), o investimento em segurança no trabalho no Brasil, infelizmente, ainda é visto por muitos como um custo a mais. Nesse contexto, as mortes, acidentes e doenças relacionadas ao trabalho são uma questão de saúde pública muitas vezes "invisível", e até "naturalizada" conforme é visto em diversas atividades laborais. Com isso, a prática dessa área é essencial para promover a proteção e a prevenção de acidentes. Seja em casa ou no trabalho, o dever de todos que atuam neste ramo é de proteger a integridade física e mental dos trabalhadores (EPIS, 2017).

De acordo com Guimarães (2018) as feiras livres possuem o maior nível de mão de obra desqualificada gerando o descaso em relação ao uso e manuseio dos alimentos, pois, na maioria dos casos, há a contaminação de micro-organismos através de equipamentos inadequados, rachados ou quebrados, uso de água suja e falta no uso de Equipamento de proteção individual (EPI) que resulta na fácil contaminação dos alimentos. E ainda, não há nenhum incentivo por meio de políticas públicas para a formação com manipulação de alimentos.

Gráfico 15: Nível de Satisfação da Pesquisa



Fonte: Elaborado pelos autores – Pesquisa / 2019

Observou-se que sobre as perguntas realizadas mais de 70% dos feirantes, sentiram-se satisfeitos com a aplicação da pesquisa sobre os diversos assuntos acerca da feira. Entretanto, 23% concordaram que a pesquisa foi fundamental para enriquecimento do conhecimento acerca das feiras da capital paraense, mas grande maioria afirma que a pesquisa não levaria um benefício concreto em sua vida diária. De certo modo, a pesquisa de satisfação é fundamental para entendimento e confirmação do questionado acerca dos assuntos e sua validade.

5 CONCLUSÃO

A presente pesquisa verificou os fatores que favorecem o desenvolvimento das atividades dos profissionais da feira da 25 de Setembro, em Belém – PA considerando aspectos do clima organizacional. Tendo como aporte teórico o clima organizacional, a satisfação no trabalho e a motivação, evidenciando os aspectos característicos das atividades dos profissionais da feira da 25 de setembro.

As definições, características e evidências obtidas nesta pesquisa tornaram possível verificar como é desenvolvido o trabalho dos feirantes, especificamente na feira da 25 de Setembro, e de que forma esta atividade impacta no local e na relação destes trabalhadores nos aspectos abordados nesta pesquisa.

Compreender o ambiente desta atividade possibilitou observar a importância de se realizar mais debates no meio científico, pois durante a realização desta pesquisa, na busca por literaturas referentes ao tema observou-se baixa produção de trabalhos acadêmicos

referentes a esse tema o que torna esta pesquisa pioneira neste assunto e abordagem.

Acredita-se que com a realização desta pesquisa foi possível verificar e identificar que o desenvolvimento do trabalho dos profissionais da feira como uma atividade em que os feirantes, encontram-se satisfeitos com a atividade que realizam e relações humanas no trabalho, mesmo estando sujeitos a riscos no ambiente de trabalho e no âmbito comportamental, superando conflitos de relações, aceitação e interações conflitantes. No entanto, estes trabalhadores estão cientes dos riscos e procuram prevenir-se desses riscos utilizando procedimentos de controle médico. E nas relações a maioria dos feirantes, buscam focar no seu trabalho, manter um clima de boa vizinhança para evitarem conflitos, intrigas e por eles destacado “fofocas”. Já com os clientes que ali frequentam, procuram manter um atendimento bom, alegre e de respeito.

Cumprе reiterar, que o desenvolvimento desta atividade está condicionado não somente a questões financeiras ou de outras formas, mas principalmente na satisfação em comercializar, e isto vem desde pequeno passando de geração a geração na qual o hábito de

comercializar e se comunicar com seus clientes, fazem-vos felizes no seu dia a dia.

Portanto, o desenvolvimento desta atividade não envolve somente os ganhos financeiros, mas pela satisfação de ajudar o próximo comercializando seus produtos e obtendo maior conhecimento sobre esta atividade, pois como mesmo afirmaram os feirantes, esta pesquisa foi fundamental para enriquecimento do conhecimento acerca das feiras da capital paraense, mesmo que isso não leve a um benefício concreto em sua vida diária.

Esta pesquisa também pode proporcionar uma abertura a outros trabalhos de pesquisa de extensão por parte de universidades e faculdades contribuindo para um novo modelo de apoio emocional e qualidade de vida no trabalho às feiras livres.

Será importante registrar que está pesquisa pode servir de apoio aos órgãos públicos competentes para direcionar projetos de maior conscientização em educação ambiental, relações humanas, controle de riscos ambientais, coleta seletiva dos lixos ali descartados, higienização, manipulação de alimentos, melhoria de infraestrutura, etc., para qualidade de vida dos feirantes e

para os serviços prestados à sociedade, gerando fortalecimento a um ambiente saudável de trabalho, criando “valor” as pessoas que ali desprendem parte de suas vidas para manterem sua sobrevivência, principalmente financeira.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA FILHO, Naomar de. **O que é Saúde?** Rio de Janeiro. Editora: Fiocruz, 2011, p. 160.

ANDRADE, S. M.; FISCHER, A. L.; STEFANO, S. R. Confiança organizacional e interpessoal como uma dimensão de clima organizacional. **Revista Base (Administração e Contabilidade) da UNISINOS**, vol. 12, núm. 2, abril-junho, 2015, pp. 155-166

ARAUJO, L. C.; GARCIA, A. A. **Gestão de Pessoas: Estratégias e Integração Organizacional**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

BERGAMINI, Cecília Whitaker. **Motivação nas Organizações**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

BERGAMINI, Cecília Whitaker. **Psicologia aplicada à administração de empresas: psicologia do**

comportamento organizacional. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

BITTENCOURT, Fábio **Brasil ocupa quarta posição no ranking de acidentes de trabalho**. Disponível em:<<https://atarde.uol.com.br/empregos/noticias/2058823-brasil-ocupa-quarta-posicao-no-ranking-de-acidentes-de-trabalho>> Acesso em: 08 out 2019

BROCKHAUS, R.H. Family Business Successions: suggestions for future research. **Family Business Review**, v.17, n.2, p. 165-177, jun. 2004.

CALDEIRA, P. Satisfação. **Psicologia Social**. 2003. Disponível em: <http://www.lusiada.org/files/psic/Satisfacao_Acetatos.pdf>. Acesso em: 22 dez. 2019.

CASTILHO, Ricardo. **A falta de investimento em segurança do trabalho**. Disponível em:<<http://www.cartaforense.com.br/conteudo/colunas/a-falta-de-investimento-em-seguranca-do-trabalho/5429>>. Acesso em: 08 de out 2019.

CHIAVENATO, I. Gerenciando com as pessoas. Rio de Janeiro: Elsevier 2005.

CLAWSON, J. G., & NEWBURG, D. S. The motivator's Dilemma. In M. Losey, S. Meisinger, & D. Ulrich (Eds.).

The future of human resource management: Thought leaders explore the critical HR issues of today and tomorrow (pp. 15-22). New York: John Wiley. 2005.

CZARNESKI, E. R. **A Organização No Ambiente De Trabalho.** Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/5s-a-organizacao-no-ambiente-de-trabalho>>. Acesso em 16 dez 2019.

COSTA JÚNIOR, J. M. F. ESPAÇO E TRABALHO NA FEIRA DA 25 DE SETEMBRO EM BELÉM: Introdução a uma etnografia das relações econômicas. **Novos Debates**, vol. 3, n. 1-2, 2017.

EPIS. **A importância da segurança do trabalho.** Disponível em: <<https://www.prometalepis.com.br/blog/157-a-importancia-da-seguranca-do-trabalho/>>. Acesso em: 09 out 2019.

FERREIRA, Patrícia Itala. **Clima Organizacional e qualidade de vida no trabalho.** Editora: LTC, 2015. Páginas: 110-140.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico.** 2 ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

GUIMARÃES, B. R. A.; Nascimento, F. das C. A. do; GOMES, R. S. L. da C. e S. Prática na manipulação de alimentos em duas feiras livres de Belém, PA. **Higiene Alimentar** - Vol.32 - nº 276/277 - Janeiro/Fevereiro de 2018. Disponível em: <<http://docs.bvsalud.org/biblioref/2018/04/883092/276-277-site-48-52.pdf>>. Acesso em 09 jan 2020.

HOLLENBECK, J. R.; WAGNER III, J. A.
Comportamento organizacional: criando vantagem competitiva. São Paulo: Saraiva, 2004.

JESUS, Danuzia Xavier de; DAMERCÊ, Naiane Oliveira. Feira e Lugar: Um Olhar Humanista Sobre a Feira-Livre de JAcobina-BA. 2016. 66 f. TCC (Graduação) - Curso de Licenciatura em Geografia, Departamento de Ciências Humanas - Campus Iv - Colegiado de Geografia, Universidade do Estado da Bahia, Jacobina, 2016. Cap. 1.

KATZELL, R. A.; THOMPSON, D. E. Work motivation: theory and practice. **American Psychologist**, v. 45, n. 2, p. 144153, 1990.

LUZ, Ricardo. **Clima Organizacional**. Rio de Janeiro: Qualitymark. 2003.

MARRAS, Jean Pierre. **Administração de Recursos Humanos**: do operacional ao estratégico. 14.ed. São Paulo: Futura, 2011.

MAYER, J. D. & Salovey, P. **What is emotional intelligence?**. Em P. Salovey & D.J. Sluyter (Orgs.), Emotional development and emotional intelligence: Implications for Educators. Pg. 3-31, New York: Basic Books, 1997.

METZLER, Franz. **A opinião Dos Outros É Importante**. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/a-opiniao-dos-outros-e-importante>> Acesso em 16 dez 2019.

MUCHINSKY, Paul M. **Psicologia Organizacional**. São Paulo; Pioneira Thomson Learning, 2004.

ROBBINS. S. P. **Comportamento organizacional**. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002

ROBBINS, S. P.; JUDGE; T. A.; SOBRAL, F. **Comportamento Organizacional**. 14^a. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

SIQUEIRA, Mirlene, Maria, MATias; TAMAYO, Alvaro. **Medidas do Comportamento Organizacional: ferramenta de diagnóstico e de gestão**. Porto Alegre; Artmed, 2008.

SPECTOR, Paul E. **Psicologia nas Organizações**. São Paulo; Saraiva, 2003.

SCHERMERHORN, Jr., John R.; HUNT, James G.; OSBORN, Richard N. **Fundamentos do Comportamento Organizacional**. Trad. Sara Rivka Gedanke. Porto Alegre: Bookman, 1999.

SRIKONDA, S. L. P. **Field of dreams**. {online} Industrial Distribution. Setembro, 1999.
RL:http://www.findarticles.com/cf_0/m3263/9_88/56743107/p1/article.jhtml Acesso em: 08 out. 2019.

VERGARA, S. C. **Gestão de pessoas**. 10. ed. São Paulo, 2011.