

**LIGA DE ENSINO DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO UNIVERSITÁRIO DO RIO GRANDE DO NORTE
CURSO DE MBA EM GESTÃO ESTRATÉGICA DE NEGÓCIOS 19**

ANA KARLA MACÊDO DE OLIVEIRA CARVALHO

**CLIMA ORGANIZACIONAL E O IMPACTO NA MOTIVAÇÃO PESSOAL DOS
COLABORADORES DE UM GRUPO EMPRESARIAL FAMILIAR**

NATAL/RN
2017

ANA KARLA MACÊDO DE OLIVEIRA CARVALHO

**CLIMA ORGANIZACIONAL E O IMPACTO NA MOTIVAÇÃO PESSOAL DOS
COLABORADORES DE UM GRUPO EMPRESARIAL FAMILIAR**

Projeto de Pesquisa apresentado
ao Centro Universitário do Rio
Grande do Norte como requisito
para obtenção de nota na disciplina
de TCC.

Orientador: Ana Rosa Gouveia
Sobral da Câmara MSc.

**NATAL/RN
2017**

1 INTRODUÇÃO

A empresa familiar, sob diversas formas, ocupa um importante espaço na economia. Entretanto, é inegável que, avessa a sócios e executivos externos, não sobreviverá pressionada pela globalização. Assim, questões sobre sucessão, profissionalização e crescimento são determinantes para que tais empresas reorientem as suas estratégias.

De tal modo, em mundo cada vez mais globalizado, diferenciar-se do concorrente não é só uma questão de caracterização. É, antes de tudo, uma questão de sobrevivência. As organizações estão cada vez mais preocupadas em conquistar os seus colaboradores para lhes ajudar nesta árdua tarefa. Para tanto, o desafio é garantir a confiança dos mesmos.

Ressalta SILVEIRA (2007) que:

Concordar com os objetivos da empresa, sentir-se parte fundamental para a tomada de decisões e principalmente ter orgulho de trabalhar nela, hoje, pode pesar mais na satisfação do que um salário pago no final do mês, com uma cesta básica e convênios do tipo médicos e odontológicos.

Nesse sentido, temas como clima organizacional, endomarketing e motivação são imprescindíveis para alcançar os objetivos da organização.

1.1 Caracterização da Empresa

O Grupo SI teve seu início em 1999, com a inauguração do primeiro posto de combustíveis da Av. Maria Lacerda Montenegro, região então promissora de Nova Parnamirim, zona metropolitana de Natal/RN. Em 2001, surgiu a sua primeira filial, na Zona Norte da Capital do Rio Grande do Norte. Após, em 2005 atingiram a área nobre de Natal, o bairro de Capim Macio, e, em 2014, a praia mais famosa do litoral potiguar: Pipa.

Apenas com o conhecimento adquirido da experiência do patriarca de um dos fundadores, que já tivera um posto de combustíveis em sua juventude, o empreendimento vem sendo tocado. Trata-se, pois, de uma empresa familiar, que preza pela segurança e honradez de seus compromissos.

No entanto, tais conhecimentos não têm sido eficazes no universo de cerca de 60 (sessenta) colaboradores atuais, em que pequenos “entraves” afetam a qualidade dos serviços prestados ao cliente e aos próprios colaboradores, que, por vezes, não tem as suas demandas atendidas.

1.2 Contextualização e Problema

O clima organizacional implica na compreensão do comportamento das pessoas no ambiente de trabalho. Afirma CODA (1993, p.52) que ele é o indicador do grau de satisfação dos membros de uma empresa, em relação a diferentes aspectos da cultura ou da realidade aparente da organização, tais como: política de RH, modelo de gestão, missão da empresa, processo de comunicação, valorização profissional e identificação com a empresa.

No grupo empresarial em estudo, não há sequer uma política de RH definida.

Os fundadores do grupo administram-no ainda de forma intuitiva, por meio de processos simplificados, ainda que assessorados por profissionais habilitados e atendendo a diversas normas administrativas do ramo varejista que está inserido.

Dessa forma, não há Missão, Visão e Valores claros; nem tampouco processos e procedimentos formalizados em que os colaboradores sustentem as suas ações. E, como necessitam realizar seu trabalho com máxima eficiência e eficácia, produzindo os resultados que a empresa espera deles, a concatenação de ações de diversos atores esbarra na falta de entendimento entre eles ou mesmo na percepção dos mesmos de que não estão sendo ouvidos ou valorizados.

Segundo Barnes (2002), a busca de informações junto aos funcionários representa uma oportunidade para que as empresas tenham um referencial em relação às atitudes e aos relacionamentos dos funcionários. Além disso fornece dados que servirão de indicadores de elevação dos níveis de qualidade do serviço prestado.

Assim, este estudo vem ao encontro de uma necessidade intuitiva do Grupo e objetiva responder à seguinte questão: *Como está o clima organizacional e qual o impacto na motivação pessoal dos seus colaboradores?*

2- OBJETIVOS

2.1 – Objetivo Geral

Analisar o clima organizacional e o impacto na motivação pessoal dos colaboradores de um grupo empresarial familiar.

2.2 – Objetivos Específicos

- Identificar o clima organizacional entre os colaboradores de um grupo empresarial familiar;
- Analisar e apresentar o modelo de questionário validado por Carlos Alberto Ferreira Bispo, em Anexo;
- Sugerir a construção da missão, visão e valores do grupo empresarial familiar a partir da pesquisa aplicada.

3 - JUSTIFICATIVA

O presente trabalho tem relevância a medida em que discute o comportamento humano no ambiente de trabalho, uma vez que antes de a empresa existir, existem pessoas que a fazem uma organização que servem outras pessoas. Os clientes, a empresa e os funcionários são beneficiados com um clima organizacional favorável.

Lembra-nos BISPO (2006, p.259) que a análise, o diagnóstico e as sugestões proporcionados pela pesquisa são valiosos instrumentos para o sucesso de programas voltados para a melhoria da qualidade, aumento de produtividade e adoção de políticas internas. E, especialmente para uma empresa familiar, cujos líderes estão inseridos também emocionalmente, a compreensão do comportamento de seus funcionários toma maior relevo no direcionamento de suas ações.

Por fim, para a autora, a importância da pesquisa proposta é o primeiro passo para a profissionalização da gestão da empresa familiar na qual trabalha há 14 anos.

4- REFERENCIAL TEÓRICO

4.1 Clima organizacional

Pode-se definir clima organizacional como sendo as impressões gerais ou percepções dos empregados em relação ao seu ambiente de trabalho; embora nem todos os indivíduos tenham a mesma opinião, pois não têm a mesma percepção, o clima organizacional reflete o comportamento organizacional, isto é, atributos específicos de uma organização, seus valores ou atitudes que afetam a maneira pela qual as pessoas ou grupos se relacionam no ambiente de trabalho. (D. J. CHAMPION, 1979)

“Clima organizacional é a qualidade ou propriedade do ambiente organizacional, que é percebida ou experimentada pelos membros da organização e influencia o seu comportamento”. Litwin (apud CHIAVENATO, 1979, p. 98)

Para Schneider e White (2004), três são as fontes para o desenvolvimento do clima nas organizações: exposição dos membros às mesmas características estruturais objetivas; práticas e processos de seleção, retenção e designação de tarefas que produzem um conjunto homogêneo de membros da organização; interações sociais que geram o entendimento compartilhado entre os membros.

É a partir dos comportamentos e das ações pelas quais os empregados recebem reconhecimento e apoio que eles desenvolvem a resposta para a pergunta “o que é importante aqui?” Essa resposta representa o clima da organização (SCHNEIDER; WHITE, 2004).

O clima organizacional implica na compreensão do comportamento das pessoas no ambiente de trabalho.

Clima organizacional consiste, segundo Toro (2001, p.33), "em percepções compartilhadas que os membros desenvolvem através das suas relações com as políticas, práticas e procedimentos organizacionais tanto formais quanto informais". As percepções compartilhadas possuem valor estratégico, pois alimentam a formação de juízos/opiniões acerca da realidade de trabalho. Os juízos, por sua vez, determinam as ações, reações e decisões das pessoas. Os indivíduos respondem e atuam em sua realidade de trabalho percebida, influenciada por suas crenças a respeito da realidade e não pela realidade objetiva. Como o indivíduo se comporta com base naquilo que percebe, diagnosticar clima organizacional é um importante meio para avaliar o comportamento humano no trabalho.

4.2 Pesquisa de clima

É através da pesquisa de clima que é possível medir o nível de satisfação e desempenho no trabalho. Há diversos modelos desenvolvidos para a pesquisa de clima organizacional, dentre os quais se destacam o modelo de Litwin e Stringer (1968), o modelo de Kolb (1986) e o modelo de Sbragia (1983).

Segundo BISPO (2006, p.260/261), o modelo de Litwin e Stringer utiliza um questionário baseado em nove fatores/indicadores: estrutura, responsabilidade, desafio, recompensa, relacionamento, cooperação, conflito, identidade e padrões. Ao seu tempo, o modelo de Kolb utiliza uma escala de sete fatores/indicadores: responsabilidade, padrões, recompensa, conformismo, clareza organizacional, calor e apoio e liderança. Já o modelo de Sbragia utiliza um modelo contendo vinte fatores/indicadores. Além de conformidade, estrutura, recompensas, cooperação, padrões, conflitos e identidade; ele considera o estado de tensão, ênfase na participação, proximidade da supervisão, consideração humana, autonomia presente, prestígio obtido, tolerância existente, clareza percebida, justiça predominante, condições de progresso, apoio logístico proporcionado, reconhecimento proporcionado e forma de controle.

Nesse sentido, para identificar o que pode estar influenciando o desempenho e a motivação de seus funcionários, as organizações podem utilizar uma pesquisa de clima organizacional, que representa um método que analisa o ambiente organizacional para conhecer e medir o grau de satisfação, de motivação, comprometimento dos funcionários com a organização, bem como seus conflitos, com a intenção de promover soluções e mudanças que contribuam para a organização obter os resultados planejados (ZUCCOLI; FRANZIN, 2006).

4.3 As Teorias da Motivação

Os estudos sobre motivação e sobre a importância do estado de espírito da pessoa para a execução de um determinado trabalho não são algo recente (BRUM, 2010). De acordo com a autora, a palavra motivação vem do latim *motivus*, relativo a movimento ou

coisa móvel. Ele diz que quem motiva uma pessoa, provoca nela um novo ânimo, e ela começa a agir em busca de novas conquistas.

Uma pessoa pode estar motivada quando o seu sistema está energizado, despertado, ativado e o seu comportamento está dirigido à meta desejada (ENGEL, 1995).

Nesse sentido, para Sheth *et al* (2001), o processo motivacional começa quando um estímulo gera uma moção ou excitação. De acordo com o autor, a excitação pode ser fisiológica, emotiva ou cognitiva, o que leva a pessoa a agir e tal ação causa um resultado, seja satisfatório ou não, sendo este último o propulsor de um novo processo.

Há diversas teorias da motivação.

Segundo Sheth *et al* (2001), a Teoria Motivacional de Maslow organiza as necessidades em uma hierarquia: à medida que as necessidades de nível mais baixo – fisiológicas e de segurança - forem satisfeitas, as de nível mais alto – sociais, de estima e de auto realização - passam a ser imperiosas à sua existência.

Por sua vez, Fiorelli (2004) descreve a Teoria Motivacional de Herzberg. Ela é conhecida como a teoria dos dois fatores, uma vez que o mesmo dividiu em dois os fatores que alteram o comportamento dos indivíduos: os higiênicos e os motivacionais.

Há a Teoria Motivacional de Vroom, em que parte do pressuposto que a motivação não depende apenas dos objetivos individuais, mas também do contexto do trabalho do indivíduo (ROBBINS, 2006). Ela considera que a meta ou a recompensa devem ser proporcionais e reais à expectativa de alcançá-las. É a teoria das expectativas.

Por fim, a Teoria Motivacional de Locke, ou a Teoria da fixação dos objetivos, considera que a fixação dos objetivos é o fator motivacional de maior importância para o trabalho. Defende que, quando o indivíduo participa da determinação dos objetivos, cria um vínculo afetivo com os mesmos, alcançando-os efetivamente. (ROBBINS, 2006).

5- METODOLOGIA

5.1 TIPO DE PESQUISA

Foi utilizado como fundamento para determinação do tipo de pesquisa, o conceito de Vergara (2004), que a qualifica em relação a dois aspectos: quanto aos fins e quanto aos meios.

Quanto aos fins, a pesquisa será *descritiva* porque exporá os dados objetivos levantados por meio de questionário aplicado e que se caracteriza também como estudo de caso.

Quanto aos meios, a pesquisa será bibliográfica e uma pesquisa de campo, que se utiliza de análise documental¹. Bibliográfica porque, para a fundamentação teórico-metodológica do trabalho será realizada investigação em literatura especializada sobre: clima organizacional, pesquisa de clima e motivação.

A pesquisa será documental em função de que obterá as informações (valores, datas, quantitativos, etc.) nos documentos² da própria empresa.

5.2 UNIVERSO DA PESQUISA

O universo da pesquisa documental será os funcionários dos Postos SI e HSI – Grupo SI, cuja amostra será de 30% (trinta por cento) de seu número total.

5.3 COLETA DE DADOS

Os dados para a elaboração da pesquisa serão coletados por meio de:

a) pesquisa *bibliográfica* em livros, dicionários, revistas e em literatura especializada, selecionados de acordo com os seguintes grupos de assuntos:

- clima organizacional;
- pesquisa de clima;
- motivação.

¹ Este projeto, por questões didáticas, segue as divisões dos tipos de pesquisa, quanto aos *meios*, ensinados por Vergara (2004, p. 46-48), embora todo o trabalho se constitua de uma só pesquisa.

² Tais como o sistema ERP e arquivos físicos ou eletrônicos, dentre outros.

b) pesquisa *documental* nos arquivos da empresa, no sistema ERP e noutras fontes que possam subsidiar com informações precisas acerca do tema deste trabalho.

c) aplicação de *questionário* validado por Carlos Alberto Ferreira Bispo.

Destarte, com base nas conclusões obtidas pelas pesquisas bibliográfica e documental, procurar-se-á estabelecer o clima organizacional do grupo empresarial, buscando sugestões para que os mesmos se sintam motivados para o trabalho, oferecendo um melhor atendimento aos clientes.

5.4 TRATAMENTO DOS DADOS

Ao realizar a opção por uma metodologia de pesquisa é imprescindível saber o que se objetiva pesquisar e o que se espera descobrir e aprender com a pesquisa.

Em função da natureza do problema da pesquisa, a escolha direciona-se para o método de tratamento de dados quantitativo. Quantitativo porque será necessária a mensuração dos dados para possibilitar a quantificação dos fatores pesquisados no estudo.

6- CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO 2017

ETAPAS/ MESES	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT
Escolha do tema	X								
Elaboração da problemática	X								
Confecção dos objetivos	X								
Elaboração da justificativa	X								
Pesquisa Bibliográfica		X							

REFERÊNCIAS

B. SCHNEIDER, S. WHITE. **Service quality: research perspectives**. Sage Publications. Thousand Oaks. C.A (2004)

BARNES, J. G. **Segredos da Gestão pelo Relacionamento com os Clientes: CRM**. Rio de Janeiro. Qualitymark, 2002.

BISPO, Carlos Alberto Ferreira. **Um novo modelo de pesquisa de clima organizacional**. Production, v. 16, n. 2, p. 258-273, 2006.

BRUM, A. de M.. **Endomarketing de A a Z: como alinhar o pensamento das pessoas à estratégia da empresa**. Rio de Janeiro. Integrate Editora, 2010.

CODA, Roberto. **Psicodinâmica da vida organizacional: motivação e liderança**. São Paulo. Atlas, 1997.

COELHO, Cristina Lúcia Maia. **Clima organizacional e stress numa empresa de comércio varejista**. Rev. Psicol., Organ. Trab. Florianópolis, v.4, n.1, jun. 2004. Disponível<http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S198466572004000100002&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em 14 mar.2015.

CONTE, Antonio Lázaro. Qualidade de vida no trabalho. **Revista FAE business**, v. 7, p. 32-34, 2003.

ENGEL, J. F.; BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W. **Comportamento do Consumidor**. Rio de Janeiro. LTC – Livros Técnicos Científicos, 1995.

FIORELLI, J. O. **Psicologia para administradores**. São Paulo. Atlas, 2004.

GOMES MENEZES, Igor; PASSOS GOMES, Ana Cristina. Clima organizacional: uma revisão histórica do construto. **Psicol. rev. (Belo Horizonte)**. Belo Horizonte, v.16,n. 1, abr. 2010Disponível em<http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-11682010000100011&lng=pt&nrm=iso>.Acesso em 14 mar.2015.

GONZALEZ, Inayara Valéria Defreitas Pedroso et al. Pesquisa de clima organizacional: um estudo em uma secretaria municipal de educação do estado do Espírito Santo. **Qualitas Revista Eletrônica**, v. 12, n. 2, 2011.

GUTIERREZ, Luiz Homero Silva. O clima organizacional em uma empresa familiar. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, v. 22, n. 2, 1987.

KELLER, Edevais; AGUIAR, Maria Aparecida Ferreira. Análise crítica teórica da evolução do conceito de clima organizacional. **Terra e Cultura. Londrina**, v. 20, n. 39, p. 91-113, 2004.

LETHBRIDGE, Eric. **Tendências da empresa familiar no mundo**. Revista do BNDES. Rio de Janeiro, v. 4, n. 7, 1997.

LUZ, RICARDO SILVEIRA. **Gestão do Clima Organizacional: Proposta de critérios para metodologia de diagnóstico, mensuração e melhoria. Estudo de caso em organizações nacionais e multinacionais localizadas na cidade do Rio de Janeiro**. 2003. Tese de Doutorado. Universidade Federal Fluminense.

MARTINS, Maria do Carmo Fernandes 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>. Acesso em 14 mar. 2015.

NAKATA, Lina Eiko et al. Uso de pesquisas de clima organizacional no Brasil. **Gestão Contemporânea**, v. 6, n. 6, 2010.

OLIVEIRA, Nelio; MORAES, Lucio Flavio Renault. Clima organizacional: discussões metodológicas sobre a implantação de uma pesquisa no Banco do Brasil S/A. **Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração**, 1999.

PUENTE-PALACIOS, Katia Elizabeth. Abordagens teóricas e dimensões empíricas do conceito de clima organizacional. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, v. 37, n. 3, 2002.

ROBINS, S.P. **Administração: mudanças e perspectivas**. São Paulo. Saraiva, 2006.

SANTOS, Juliana Neves; NEIVA, Elaine Rabelo; ANDRADE-MELO, Eleuni Antônio. Relação entre clima organizacional, percepção de mudança organizacional e satisfação do cliente. **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, v. 29, n. 1, p. 31-39, 2013.

SHETH, J.; MITTAL, B.; NEWMAN, B. I. **Comportamento do cliente: indo além do comportamento do consumidor**. São Paulo. Atlas, 2001.

SORIO, Washington. Clima organizacional. **Revista Partes**, 2004.

TAMAYO, Alvaro; LIMA, Dinice; SILVA, AV da. **Impacto do clima organizacional sobre o estresse no trabalho**. ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, v. 26, 2002.

TORO, F. A. **El clima organizacional: perfil de empresas Colombianas**. Medellín. Cícel Ltda, 2001.

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 5. ed. São Paulo. Atlas, 2004.

ANEXO

Ficha de pesquisa n.1

Levantamento dos fatores internos de influência do relacionamento entre os funcionários e a empresa

Vida Profissional

1. Sinto orgulho de trabalhar nesta empresa.
() não () mais ou menos () sim
2. Sinto orgulho da minha atividade nesta empresa.
() não () mais ou menos () sim
3. Acho que a empresa me oferece um bom plano de carreira.
() não () mais ou menos () sim
4. Costumo indicar esta empresa como alternativa de emprego para meus amigos e parentes.
() não () mais ou menos () sim
5. Eu me preocupo com o futuro desta empresa.
() não () mais ou menos () sim
6. Considero que estou obtendo sucesso na minha carreira e na minha vida profissional.
() não () mais ou menos () sim
7. Gostaria que meus filhos trabalhassem nesta empresa.
() não () mais ou menos () sim
8. Dependo apenas dos meus próprios esforços para obter o sucesso profissional e de carreira na empresa.
() não () mais ou menos () sim
9. Os cursos e treinamentos que fiz são suficientes para o exercício das minhas atividades.
() não () mais ou menos () sim

Estrutura Organizacional

10. Eu confio plenamente no meu chefe imediato.
() não () mais ou menos () sim
11. O meu chefe imediato é um líder.
() não () mais ou menos () sim
12. O meu chefe imediato é a pessoa mais indicada para a função que ocupa.
() não () mais ou menos () sim
13. Estou satisfeito com a estrutura hierárquica (chefes e subordinados) a que estou vinculado.
() não () mais ou menos () sim

Incentivos Profissionais

14. Considero que o meu trabalho é reconhecido e valorizado pela empresa.

não mais ou menos sim

15. Considero que o meu trabalho é reconhecido e valorizado pela minha família.

não mais ou menos sim

16. Considero que o meu trabalho é reconhecido e valorizado pelos meus amigos e parentes.

não mais ou menos sim

Remuneração

17. Acho justo o meu salário atual.

não mais ou menos sim

18. O meu património é condizente com os esforços que tenho feito pela empresa.

não mais ou menos sim

Segurança Profissional

19. Meu emprego é seguro na empresa, ou seja, não corro o risco de ser demitido sem motivo.

não mais ou menos sim

Nível Sociocultural

20. O meu nível cultural e intelectual é suficiente para o exercício das minhas atividades na empresa.

não mais ou menos sim

21. O meu nível social é suficiente para o exercício das minhas atividades na empresa.

não mais ou menos sim

Transporte dos Funcionários

22. Tenho tido problemas com o transporte casa–empresa/empresa–casa.

não mais ou menos sim

Ambiente de Trabalho

23. O ambiente de trabalho favorece a execução das minhas atividades na empresa.

não mais ou menos sim

24. O relacionamento com meus colegas de trabalho favorece a execução das minhas atividades na empresa.

não mais ou menos sim

Burocracia

25. A burocracia adotada na empresa favorece a execução das minhas atividades na empresa.

() não () mais ou menos () sim

Assistência aos Funcionários

27. A assistência de médico e dentista e a assistência social adotadas na empresa favorecem a execução das minhas atividades na empresa.

() não () mais ou menos () sim

Ficha de pesquisa n.2

Levantamento dos fatores externos de influência do relacionamento entre os funcionários e a empresa

Investimentos e Despesas Familiares

1. Eu me preocupo com o futuro da minha família.

() não () mais ou menos () sim

2. Eu me preocupo com o futuro dos meus filhos.

() não () mais ou menos () sim

3. Estou satisfeito com a alimentação que estou podendo proporcionar à minha família.

() não () mais ou menos () sim

4. Estou satisfeito com a educação que estou podendo proporcionar aos meus filhos.

() não () mais ou menos () sim

Convivência Familiar

5. Estou vivendo bem com a minha esposa/companheira ou o meu marido/companheiro.

() não () mais ou menos () sim

6. Estou vivendo bem com os meus filhos.

() não () mais ou menos () sim

Situação Financeira

7. Estou satisfeito com a minha residência.

() não () mais ou menos () sim

8. Estou satisfeito com o meu carro.

() não () mais ou menos () sim

9. Estou satisfeito com o vestuário que estou podendo proporcionar à minha família.

() não () mais ou menos () sim

10. Estou com a minha situação financeira em ordem.

() não () mais ou menos () sim

11. Estou satisfeito com o meu patrimônio.
() não () mais ou menos () sim

Vida Social

12. Estou satisfeito com o meu nível social.
() não () mais ou menos () sim
13. Estou satisfeito com o meu convívio social.
() não () mais ou menos () sim
14. Estou satisfeito com o meu nível intelectual.
() não () mais ou menos () sim
15. Estou satisfeito com o meu nível cultural.
() não () mais ou menos () sim
16. Estou satisfeito com a minha religião.
() não () mais ou menos () sim

Saúde

17. Estou satisfeito com as minhas práticas desportivas.
() não () mais ou menos () sim
18. Estou satisfeito com o meu estado físico.
() não () mais ou menos () sim
19. Estou satisfeito com o meu estado mental.
() não () mais ou menos () sim

Convivência Familiar

20. Estou satisfeito com a minha vida afetiva.
() não () mais ou menos () sim
21. Estou satisfeito com a minha vida sexual.
() não () mais ou menos () sim

Time de Futebol

22. Estou satisfeito com o time de futebol para o qual eu torço.
() não () mais ou menos () sim

Férias e Lazer

23. Estou satisfeito com as minhas últimas férias.
() não () mais ou menos () sim
24. Estou planejando para que as minhas próximas férias sejam muito boas.
() não () mais ou menos () sim

Segurança Pública

25. Estou satisfeito com o atual estágio da segurança pública.

não mais ou menos sim

26. A corrupção altera o meu estado de ânimo.

não mais ou menos sim

27. A violência altera o meu estado de ânimo.

não mais ou menos sim

28. A impunidade altera o meu estado de ânimo.

não mais ou menos sim

Política e Economia

29. Estou satisfeito com o atual estágio da política nacional.

não mais ou menos sim

30. Estou satisfeito com o atual estágio da política estadual.

não mais ou menos sim

31. Estou satisfeito com o atual estágio da política municipal.

não mais ou menos sim

32. As crises políticas alteram o meu estado de ânimo.

não mais ou menos sim

33. As crises econômicas alteram o meu estado de ânimo.

não mais ou menos sim

34. As crises internacionais alteram o meu estado de ânimo.

não mais ou menos sim

Folha avulsa para as suas observações

Nessa folha você pode relatar as suas observações, os seus comentários, as suas reivindicações, as suas queixas, as suas críticas, as suas sugestões ou os seus elogios a algum dos itens que constam nas duas fichas de pesquisa, referente à empresa, ao departamento ou à seção onde você trabalha, ao seu chefe imediato, à estrutura hierárquica, ao sistema de trabalho, às instalações, às condições de trabalho, às normas de trabalho, à forma de tratamento recebida de seus chefes, aos seus colegas de trabalho, ao seu ambiente de trabalho, etc. Sinta-se à vontade para relatar e revelar tudo o que desejar sem constrangimentos. Lembre-se que você não precisa se identificar, a menos que queira fazê-lo. As suas sinceras observações serão valiosas para a pesquisa. Podem ser utilizadas quantas linhas ou quantas folhas forem necessárias.