

Área: Estratégia | **Tema:** Gestão Estratégica de Pessoas

ENGAJAMENTO NO TRABALHO NO SETOR SUPERMERCADISTA

ENGAGEMENT AT WORK IN THE SUPERMARKET SECTOR

Marilia Amarante Dutra Da Silva, Sandra Leonara Obregon, Dienifer Pauleski Della Justina, Franciane

Cougo Da Cruz e Luis Felipe Dias Lopes

RESUMO

Com as mudanças sociais, o trabalho vem sendo visto como algo prazeroso pelos colaboradores e em razão disso o engajamento no trabalho está cada vez mais em pauta por influenciar no vínculo criado pelos colaboradores com suas atividades, resultando em fatores positivos tanto para o seu trabalho quanto para a organização. Deste modo, a presente pesquisa tem como objetivo analisar a percepção dos colaboradores do setor supermercadista em relação ao engajamento no Trabalho. Para tal, realizou-se uma análise descritiva, de abordagem quantitativa por meio de levantamento (Survey), na qual obteve-se uma amostra de 131 respondentes de seis supermercados situados na cidade de Tupanciretã - RS, utilizando-se a Escala de Engajamento no Trabalho (EEGT), a qual é composta pelas dimensões: Vigor (VIG) e Absorção (ABS). Sendo assim, os resultados indicam que os colaboradores supermercadistas apresentam altas médias de Engajamento no Trabalho e esses índices positivos em relação ao vigor e dedicação dos mesmos, demonstra que estão envolvidos e que o trabalho é visto como algo prazeroso, beneficiando o setor supermercadista da cidade pesquisada.

Palavras-Chave: Engajamento no trabalho; Varejo Supermercadista; Escala de Engajamento no Trabalho

ABSTRACT

With social changes, work has been seen as a pleasure by employees and, because of this, work engagement is increasingly influenced by influencing the bond created by employees with their activities, resulting in positive factors for both their work and for the organization. Therefore, the present research aims to analyze the perception of the employees of the supermarket sector in relation to the engagement in the Work. To do this, a descriptive analysis was carried out, with a quantitative approach by means of a survey (Survey), in which a sample of 131 respondents from six supermarkets located in the city of Tupanciretã - RS was used, using the Engagement Scale at (EEGT), which is composed by the dimensions: Vigor (VIG) and Absorption (ABS). Thus, the results indicate that the supermarket employees have high averages of Engagement in the Work and these positive indices in relation to the vigor and dedication of the same, demonstrates that they are involved and that the work is seen as something pleasant, benefiting the supermarket sector of the city searched.

Keywords: Engagement at work; Retail Supermarket; Engagement at Work Scale

ENGAJAMENTO NO TRABALHO NO SETOR SUPERMERCADISTA DE TUPANCIRETÃ-RS

1 INTRODUÇÃO

A idealização de que o trabalho pode ser algo prazeroso e divertido parece bastante possível nos dias de hoje, mas não foi sempre assim (SCHAUFELI; DIJKSTRA; VAZQUEZ, 2013). Nos primórdios da revolução industrial, não havia uma preocupação com o bem-estar do colaborador, pois o homem era visto como uma máquina e cabia a ele apenas o trabalho braçal e as decisões administrativas eram apenas de responsabilidade do gestor (SILVA, 2013; ÁVILA; STECCA, 2015).

Todavia, com as mudanças sociais e econômicas, houve uma revisão dos antigos conceitos de gerenciar pessoas, e hoje, o indivíduo espera mais do seu trabalho, são mais cientes do que esperam e planejam suas vidas profissionais (SCHAUFELI; DIJKSTRA; VAZQUEZ, 2013).

Nessa perspectiva, foi durante o século XX que se iniciou a preocupação com os sentimentos dos trabalhadores, que mobilizou muitos estudiosos e pesquisadores a conhecer mais sobre os aspectos peculiares dos indivíduos e sobre o comportamento organizacional (SIQUEIRA, 2008).

É importante destacar e compreender se os colaboradores sentem-se engajados no trabalho, pois ao sentirem-se, demonstram atitudes positivas e de entusiasmo com maior frequência, influenciando nos níveis de desempenho (BAKKER; DEMEROUTI, 2008). Ademais, o colaborador engajado pode vivenciar sensações de bem-estar, demonstrar mais iniciativas para lidar com as exigências de suas atividades e uma forte identificação com o trabalho (BAKKER; LEITER, 2010; SCHAUFELI; TARIS, 2014).

Levando em consideração a importância dos sentimentos dos colaboradores para o alcance dos objetivos organizacionais, o presente estudo recairá especificamente sobre o contexto do setor supermercadista, visto que neste setor o ambiente é julgado como bastante turbulento, de grande competitividade e rotatividade, podendo causar impacto na maneira como o colaborador percebe seu trabalho. De acordo com DIEESE (2010), esse setor é de grande rotatividade, uma vez que usam como um mecanismo para rebaixar os salários, admitindo novos colaboradores com remunerações menores do que aqueles desligados que ocupavam o mesmo cargo anteriormente.

Sendo assim, a pesquisa foi realizada em organizações supermercadistas situadas na cidade de Tupanciretã, localizada no estado do Rio Grande do Sul, com o objetivo de analisar a percepção dos colaboradores do setor supermercadista em relação ao Engajamento no Trabalho. Para tanto, este estudo encontra-se justificado pelo fato de as organizações preocuparem-se cada vez mais em propiciar melhores condições de trabalho a seus colaboradores, bem como espera-se que por meio deste, os resultados possam contribuir para o maior conhecimento da temática estudada, principalmente no que tange ao setor supermercadista, devido à carência de pesquisas no mesmo.

Nas próximas seções deste trabalho, encontra-se o referencial teórico que serve de embasamento passando pelos principais conceitos relacionados. Na sequência, são apresentados os aspectos metodológicos da pesquisa, e a análise dos resultados. E a última seção traz as considerações finais.

2 ENGAJAMENTO NO TRABALHO

Neste capítulo, apresenta-se a fundamentação teórica que embasou a pesquisa, sendo explanado primeiramente a respeito do setor supermercadista de varejo e posteriormente, a temática Engajamento no trabalho.

2.1 SETOR SUPERMERCADISTA

Com a percepção de que o varejo são todas as práticas que se referem a vendas de produtos ou serviços, com finalidade de uso pessoal e não comercial para o consumidor final (KOTLER; KELLER, 2006), o setor varejista de supermercados é concebido como lojas de autos serviço no varejo de alimentos, perfumaria e limpeza (HARB, 2005).

Nesse cenário, a Associação Brasileira de Supermercados (ABRAS), é quem representa o setor supermercadista no Brasil, e tem como propósito representar, proteger, constituir, estimular e fortalecer o setor no país. Em razão disso, o setor supermercadista precisa estar atento aos novos paradigmas e tecnologias que surgem para propiciar facilidade, conveniência e comodidade para os clientes, pois transformar as lojas em um ambiente agradável para atraí-los já não é mais uma tendência, e sim, uma imposição do setor (SENHORAS, 2003).

No entanto, um fator preocupante nesse setor é a alta rotatividade de colaboradores, o *turnover*, sendo este o principal ponto fraco que atinge de forma negativa os resultados e causa impactos nos custos financeiros da organização e na produtividade. É nesta perspectiva que se torna importante verificar os motivos do desligamento do colaborador para não se tornar algo muito frequente, e levar em consideração os sentimentos do mesmo em relação ao seu trabalho (PATIAS et al., 2015).

Contudo, no que tange ao setor supermercadista, as pesquisas existentes retratam mais sobre questões de natureza econômico-financeira, de marketing, de logística de distribuição e de cadeia de suprimentos, havendo poucos estudos que relacionem temáticas da gestão de pessoas a este setor (LIMA, 2015).

2.2 ENGAJAMENTO NO TRABALHO

A psicologia tradicional, historicamente, começou a estudar os impactos negativos provenientes do trabalho, como a Síndrome de *Burnout*, caracterizada pelos sentimentos de exaustão mental, física e emocional que ocorre nos trabalhadores (TRIGO; TENG; HALLAK, 2007). Entretanto, com o passar dos anos iniciaram-se as observações daqueles colaboradores que expressavam atitudes adversas à Síndrome (MASLACH; SCHAUFELI; LEITER, 2001), levando em consideração os aspectos positivos do trabalho (BAKKER; LEITER, 2010). Nesse sentido, os estudos que eram realizados anteriormente sobre a Síndrome de *Burnout*, estimularam as pesquisas sobre Engajamento no trabalho, sendo esses considerados dois pólos opostos (SCHAUFELI; LEITER; MASLACH, 2009).

O Engajamento no Trabalho ocorre quando os colaboradores apresentam habilidades cognitivas, físicas, emocionais e mentais durante a realização das atividades de trabalho. Alguns autores corroboram com o conceito afirmando que o Engajamento no Trabalho caracteriza-se como uma condição mental positiva que ocasiona um sentimento de realização referente ao trabalho, impactando de maneira otimista no comportamento organizacional (SIQUEIRA; ORENGO; PEIRÓ, 2014; MARTINS, 2014).

Dessa maneira, os indivíduos engajados são definidos por três dimensões principais: energia, envolvimento e eficácia, sendo esses três aspectos opostos às dimensões da Síndrome

de *Burnout* - exaustão, cinismo e queda de eficácia profissional (KAHN, 1990; SIQUEIRA; ORENGO; PEIRÓ, 2014).

Devido às rápidas mudanças que vêm ocorrendo no mercado, essas têm gerado cada vez mais incerteza e estresse nas pessoas, tornando-se difícil manter aspectos positivos nas organizações, como o Engajamento no trabalho (HEWITT, 2015). Por isso, Bakker e Leiter (2010) relatam que os gestores gostariam que seus colaboradores apresentassem pensamentos mais otimistas, diante as mudanças que têm surgido, e fossem mais comprometidos com as tarefas que realizam diariamente.

Segundo Bakker e Leiter (2010), alguns princípios causam o desenvolvimento do Engajamento, como: desempenho no trabalho, apoio social, resiliência, recursos organizacionais, crenças, otimismo, autoeficácia, entre outros. A promoção também pode gerar Engajamento, mas é como um incremento dos demais, ou seja, esses fatores associam-se entre si de forma progressiva.

Schaufeli, Dijkstra e Vazquez (2013), ainda destacam que Engajamento é diferente de estar viciado em trabalho. Viciado em trabalho é quando o indivíduo sente uma necessidade excessiva de trabalhar, e não tem vida social fora do local de trabalho. Os engajados sentem algo agradável, são produtivos e não sentem compulsão.

Da mesma forma, o colaborador engajado possui mais concentração, inspiração em suas funções no trabalho. Dessa maneira, ao realizar suas atividades, desempenha-as com energia, com sentimento positivo, de prazer, e realização, envolvendo-se com a organização e atendendo as condições a ele exigidas (SCHAUFELI; DIJKSTRA; VAZQUEZ, 2013) e consequentemente, produzem melhores resultados para o avanço e desenvolvimento da organização, bem como para si próprio (SIQUEIRA; ORENGO; PEIRÓ, 2014).

Um fator que deve ser levado em consideração é a faixa etária dos indivíduos, bem como o tempo de trabalho dentro da organização, pois isso também influencia no Engajamento dos colaboradores. Com o tempo, o indivíduo amadurece tendo uma melhor percepção do que deseja fazer e o que pode mudar em suas funções, de acordo com suas vontades. Além disso, torna-se mais exigente, busca adentrar em empregos mais significativos, com maiores padrões de autonomia e responsabilidade (SCHAUFELI; DIJKSTRA; VAZQUEZ, 2013).

Em contrapartida, os mais jovens, para adquirir mais experiência e aprendizado, muitas vezes aceitam trabalhar em empregos que exigem mais esforços e que são menos prazerosos, e com o tempo, acabam considerando seu trabalho entediante e menos envolvente, apresentando maiores chances de pedir demissão (SCHAUFELI; DIJKSTRA; VAZQUEZ, 2013).

A fim de mensurar os níveis de Engajamento dos trabalhadores, atualmente existem várias escalas, como *Utrecht Work Engagement Scale (UWES)* de Schaufeli e Bakker (2004), porém na presente pesquisa utilizou-se da Escala de Engajamento no Trabalho (EET), elaborada por Siqueira, Orenge e Peiró (2014). A escala é constituída por dez questionamentos, dispostos em duas dimensões: Vigor e Absorção. Estes são dispostos em cinco itens de vigor, que diz respeito a possuir disposição, energia e força enquanto o colaborador realiza suas tarefas; E cinco itens de Absorção, que representa sentimentos de concentração, atenção e foco enquanto o indivíduo desempenha suas atividades.

No que tange aos benefícios e consequências do Engajamento, são um dos principais indicadores que influencia no crescimento das organizações (HEWITT, 2015). Indivíduos engajados apresentam mais esforços que os demais, por se identificarem mais com o trabalho realizando ações positivas para o crescimento e desenvolvimento de si mesmo e também para a organização em que estão inseridos (SIQUEIRA; ORENGO; PEIRÓ, 2014). Influenciam

inclusive no aumento da rentabilidade da organização, pois são mais produtivos e geram maiores lucros (SCHAUFELI; DIJKSTRA; VAZQUEZ, 2013).

Frente ao exposto, o indivíduo engajado vivencia emoções positivas de alegria, felicidade, bom humor, de energia, otimismo e autoconfiança. Inclusive, o bom humor não se relaciona apenas com melhor desempenho, mas também com indicativo de boa saúde, pois o ao sentir-se engajado, sente menos dores de cabeça, preocupações, apresentam menos dificuldades em dormir, tensão muscular, dentre outros sintomas (SCHAUFELI; DIJKSTRA; VAZQUEZ, 2013).

Ademais, o colaborador engajado também é mais disposto a ajudar os colegas de trabalho, mesmo que não seja a sua função, pois ao sentir mais prazer no que faz, tende a contribuir mais para a organização. Em razão disso, mapear as consequências do Engajamento é um elemento importante, visto que podem tornar o ambiente de trabalho mais agradável, podendo trazer benefícios para si mesmos, para seus colegas e para a organização (SCHAUFELI; DIJKSTRA; VAZQUEZ, 2013).

Portanto, há inúmeros benefícios de um colaborador engajado para a organização, como bom-humor que influencia de maneira positiva diante de algum problema, estimula a criatividade, otimismo, alegria e melhor disposição de saúde física e mental (BAKKER; DEMEUROTI, 2008).

Por fim, o indivíduo engajado trabalha porque gosta, sente prazer em realizar seu trabalho e não pensa apenas na remuneração, podendo assim dizer, que são satisfeitos com que fazem e olham para seu trabalho como algo inspirador. Resultando em um colaborador de bom relacionamento, positivo, motivado e que é mais leal a sua empresa (BORGES; ALVES-FILHO; TAMAYO, 2008).

3 METODOLOGIA

No que tange à natureza deste estudo, classifica-se como descritiva e referente à abordagem, caracteriza-se como quantitativa, utilizando como método o levantamento, também conhecido por *Survey*. Tendo em vista que a pesquisa foi realizada no setor supermercadista de Tupanciretã (RS), de acordo com o IBGE (2015), o município possui uma área territorial de 2.251,040 km² e população total de 22.281 habitantes. Para tanto, a seleção da amostra foi realizada por meio de uma amostragem não probabilística, pois se utiliza quando a representatividade exata não é necessária e é selecionada por conveniência de acordo com a decisão do pesquisador (HAIR Jr. et al., 2009).

Sendo assim, a amostra do estudo totalizou em 131 respondentes de seis supermercados situados na cidade de Tupanciretã – RS. Não serão mencionados os nomes dos estabelecimentos por uma questão de sigilo, definido pelos gestores que autorizaram o estudo. Posteriormente à autorização dos gestores das empresas supermercadistas, a realização da coleta de dados foi realizada no período de Julho a Agosto de 2018.

Com o intuito de avaliar o nível de Engajamento do colaborador, utilizou-se a Escala de Engajamento no Trabalho (EEGT) validada por Siqueira, Orengó e Peiró (2014). A mesma é composta por duas dimensões: Vigor e Absorção e suas variáveis são mensuradas por meio de uma escala do tipo *Likert* de cinco pontos, que varia de 1 (nunca) a 5 (sempre), de acordo com a ocorrência de sentimento.

Quadro 1 - Dimensões da Escala de Engajamento no Trabalho (EEGT).

DIMENSÕES	DEFINIÇÕES
Vigor	É a capacidade de o trabalho provocar no indivíduo sensações de disposição, entusiasmo, e ânimo para o indivíduo realizar suas tarefas.
Absorção	Condições em que o trabalho oferece para proporcionar concentração, dedicação e foco para o indivíduo realizar suas tarefas.

Fonte: Siqueira, Orengo e Peiró (2014).

Após a coleta de dados, os mesmos foram tratados e tabulados em planilha, utilizando o *Office Excel* e gerando um banco de dados, o qual foi analisado por meio dos programas *Statistical Package for Social Sciences (SPSS)* e *Statistical Analysis System (SAS)*.

Com o intuito de verificar a confiabilidade dos instrumentos, utilizou-se o Alpha de *Cronbach*, que se trata de uma correlação média entre perguntas com o intuito de medir a confiabilidade de um instrumento aplicado em uma pesquisa (HORA; MONTEIRO; ARICA, 2017). Para isso, Field (2009) destaca que valores entre $0,7 \leq \alpha < 0,8$ são considerados como índices aceitáveis. Os índices entre $0,8 \leq \alpha < 0,9$ são avaliados como um bom índice, e $\alpha > 0,9$ refere-se a índices ótimos. Já $\alpha < 0,6$ apontam que a escala não é confiável.

Para a relação dos instrumentos de Engajamento no Trabalho, de acordo com a resposta de cada colaborador, utilizou-se da padronização das escalas. Essa padronização tem como objetivo esclarecer o nível atingido em cada dimensão dos dois modelos teóricos que foram utilizados neste estudo. A padronização transforma os dados obtidos em escala ordinal, em escala de razão de 0 a 100%, os quais são estabelecidos em três categorias de Baixo, Médio e Alto. Segundo Lopes (2016) a padronização acontece da seguinte forma: Alta, para média de 66,67% a 100%, Média, entre 33,33% e 66,67% e Baixa, para média de 0 a 33,33%.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISES DOS RESULTADOS

Para responder aos objetivos propostos por esta pesquisa, esta sessão explanará os resultados alcançados por meio de análises com embasamento na literatura científica. Inicialmente, será exposta a caracterização do perfil sociodemográfico dos 131 colaboradores do setor supermercadista no município de Tupanciretã-RS. Em seguida, será efetuada a avaliação da confiabilidade das Escala de Engajamento no trabalho (EEGT) por meio do Alpha de *Cronbach*. Posteriormente, mediante uma análise descritiva dos dados, será demonstrada a percepção de Engajamento do Trabalho da amostra pesquisada. Sucessivamente, serão apresentados os indicadores de Engajamento no Trabalho dos colaboradores a partir da padronização das escalas.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DO PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO E SÓCIOPROFISSIONAL

Na tentativa de responder ao primeiro objetivo específico desta pesquisa, utilizou-se de medidas descritivas e tabelas de frequências para descrever o perfil sócio-demográfico e sócio-profissional dos colaboradores da amostra. Perante isso, participaram da pesquisa 131 colaboradores do setor supermercadista da cidade de Tupanciretã – RS, como pode ser visto na Tabela 1.

Tabela 1 - Caracterização geral do perfil sóciodemográfico e sócioprofissional dos colaboradores da amostra.

VARIÁVEIS	CATEGORIA	FREQUÊNCIA	PORCENTUAL
Gênero	Feminino	73	55,73%
	Masculino	58	44,27%
Faixa Etária	18 a 30 anos	90	68,70%
	31 a 40 anos	24	18,32%
	41 a 50 anos	11	8,40%
	51 a 60 anos	5	3,82%
	Acima de 61 anos	1	0,76%
Estado Civil	Casado/União Estável	63	48,09%
	Divorciado/Separado/Viúvo	7	5,34%
	Solteiro	61	46,56%
Grau de escolaridade	Ensino Fundamental Completo/Incompleto	22	16,79%
	Ensino Médio Completo/Incompleto	89	67,79%
	Ensino Superior Completo/Incompleto	18	13,74%
	Pós Graduação Completo/Incompleto	2	1,53%
Renda	Até R\$ 1.000,01	29	22,14%
	De R\$ 1.000,02 até R\$ 3.000,01	98	74,81%
	de R\$ 3.000,01 até R\$ 5.000,00	4	3,05%
Tempo de Trabalho	Menos de 1 ano	35	26,72%
	De 1 até 5 anos	70	53,44%
	De 5 á 10 anos	19	14,505
	Mais de 10 anos	7	5,34%

Fonte: Dados da pesquisa (2018).

Mediante a Tabela 1, pode-se verificar que o perfil da amostra de 131 respondentes é maior parte, 73 (55,73%) do gênero feminino, sendo que 58 (44,27%) são do gênero masculino. Esse dado é corroborado pelo IBGE (2010), que indica que a população de mulheres na cidade de Tupanciretã é de 11.419, ultrapassando a de homens com 10.867.

Diante da faixa etária, destaca-se que a maioria se encontra entre 18 a 30 anos, com 90 (68,70%) respondentes, indicando que são predominantemente jovens. Segundo DIEESE (2010), uma das características desse setor é a presença dos jovens, pois este é reconhecido por disponibilizar várias funções que não exigem alta qualificação profissional ou uma grande experiência anterior, servindo assim como porta de entrada para indivíduo entrar no mercado de trabalho. Posteriormente, é possível observar que a segunda faixa etária predominante é entre 31 e 40 anos com 24 (18,32%) respondentes, condizente com o que (IBGE, 2010) ressalta, pois na cidade de Tupanciretã a maioria dos cidadãos possui entre 10 a 34 anos, sendo a maioria da população formada por jovens.

Quanto à escolaridade, verificou-se que grande parte possui Ensino Médio Completo/Incompleto, com 89 (67,79%) dos pesquisados. De acordo com DIEESE (2010), o nível de escolaridade formal dos indivíduos em geral tem aumentado nos últimos anos e pode ser atribuído ao maior acesso à educação, e às exigências de formação escolar por parte das

empresas. Contudo, infere-se diante das informações que neste setor não é exigida uma alta qualificação para desenvolver as atividades.

Em relação à renda dos colaboradores, a maioria dos pesquisados possui salário entre R\$ 1.000,02 até R\$ 3.000,01 (74,81%) que é condizente com a explanação anterior, pois quanto menor for a qualificação dos colaboradores, menor será o salário dos mesmos. Além disso, esse resultado é condizente com a média mensal de salário por indivíduo no município de Tupanciretã-RS, que é de 2,5 salários mínimos (IBGE, 2010).

De acordo com o tempo de trabalho, observou-se que a maioria está de 1 até 5 anos na empresa, totalizando 70 (53,44%) respondentes. Estão há menos de um ano 35 (26,72%) respondentes e 19 (14,50%) estão a mais de 5 anos na empresa. Levando em consideração que o setor supermercadista é rotulado como um setor em que oportuniza a iniciação do colaborador no mercado de trabalho por não exigir uma alta qualificação e experiências anteriores, é possível inferir que nestas organizações não há uma perspectiva de progressão de carreira.

Além disso, mesmo sendo um setor de grande importância para a economia, possui ampla rotatividade de colaboradores. DIEESE (2010), em sua pesquisa realizada com colaboradores do setor supermercadista, verificou que os colaboradores demitidos, ao se desligar da empresa, estavam ganhando mais em comparação com aqueles que foram admitidos em seus lugares, ou seja, a rotatividade é uma maneira utilizada pelas empresas para o rebaixamento das remunerações dos colaboradores.

4.2 AVALIAÇÃO DA CONFIABILIDADE DA ESCALA

Para estimar a confiabilidade da escala do presente estudo, utilizou-se o Alpha de *Cronbach* que analisa a confiabilidade da escala inteira (HAIR Jr. et al., 2009). De acordo com Field (2009), quanto mais os valores forem próximos de 1, maior será a confiabilidade da escala. Dessa forma, esta pesquisa terá como base esses índices para avaliar a confiabilidade das escalas. A seguir, será exposto o Alpha de *Cronbach* da escala EEGT.

Quadro 2 - Alpha de Cronbach.

ÍNDICES	CONFIABILIDADE
$\alpha > 0,9$	Ótimo
$0,8 \leq \alpha < 0,9$	Bom
$0,7 \leq \alpha < 0,8$	Aceitável
$\alpha < 0,6$	Não confiável

Fonte: Elaborado pela autora (2018).

O Quadro 2 demonstra que valores entre $0,7 \leq \alpha < 0,8$ são índices aceitáveis, índices entre $0,8 \leq \alpha < 0,9$ são apontados como bons e $\alpha > 0,9$ relaciona-se a índices ótimos, e índices $\alpha < 0,6$ demonstra que a escala não é confiável. Dessa forma, esta pesquisa terá como base esses índices para avaliar a confiabilidade das escalas. A seguir, será exposto o Alpha de *Cronbach* da escala EEGT.

Tabela 2 - Alpha de Cronbach da escala EEGT.

ESCALA	ALPHA DE CRONBACH
ENGAJAMENTO NO TRABALHO	0,859

Fonte: Elaborador pela autora (2018).

Na Tabela 2, percebe-se que o Alpha de Cronbach encontrado na escala de Engajamento no Trabalho atingiu 0,859, ficando entre de $0,8 > \alpha < 0,9$, considerado um índice bom. Ainda, assemelhou-se ao identificado na versão brasileira desta escala, que variou entre 0,8 e 0,9 (SALANOVA et al., 2000; SCHAUFELI; TARIS; VAN HENEN, 2008).

4.3 PERCEPÇÃO DO ENGAJAMENTO NO TRABALHO DOS COLABORADORES SUPERMECADISTAS

Nesta seção, será explanada a possível existência das dimensões de Engajamento no Trabalho (Vigor e Absorção) na amostra pesquisada. Para isto, serão verificadas as médias e o desvio padrão de cada dimensão.

Tabela 3 - Médio desvio padrão e frequência dos indicadores e dimensões da escala Engajamento.

DIMENSÕES	FREQUÊNCIA					MÉDIA	DESVIO PADRÃO
	1	2	3	4	5		
VIGOR						4,04	0,97
1. Cheio de energia	3	8	34	47	39	3,85	0,99
2. Com o pensamento voltado apenas para minhas tarefas.	2	6	26	42	55	4,08	0,96
3. Revigorado	6	8	35	45	37	3,76	1,07
4. Concentrado em minhas tarefas.	0	1	17	42	71	4,40	0,73
5. Disposto	2	4	24	46	55	4,13	0,91
ABSORÇÃO						4,16	0,89
6. Distante dos meus problemas pessoais	2	6	26	44	53	4,07	0,95
7. Focado no que estou fazendo	0	0	13	40	78	4,50	0,66
8. Fortalecido.	3	3	26	48	51	4,08	0,97
9. Renovado.	2	9	30	48	42	3,91	0,97
10. Tomado por minhas tarefas	0	3	20	49	59	4,25	0,79

Fonte: Dados da Pesquisa (2018).

De acordo com a Tabela 3, ao avaliar a dimensão Vigor, encontrou-se média de 4,04 e desvio padrão de 0,97, demonstrando que os colaboradores se sentem entusiasmados, alegres e fortalecidos em seus trabalhos (SIQUEIRA; ORENGO; PEIRÓ, 2014). O questionamento que obteve maior média 4,40 e 0,73 de desvio padrão, referiu-se à “Concentrado em minhas tarefas”, demonstrando que os colaboradores se sentem envolvidos e comprometidos com as atividades que exercem. Segundo Freitas e Brito (2017), isso trás fatores positivos para a empresa, pois os colaboradores evidenciam vontade e disposição durante seu trabalho.

Posteriormente, o aspecto Absorção atingiu média de 4,16 e desvio padrão de 0,89, atestando que os colaboradores estão focados e absorvidos pelo seu trabalho. E o questionamento de média maior nesta dimensão é “Focado no que estou fazendo”, com 4,50 de média e 0,66 de desvio padrão. Assim, ressalta-se que os indivíduos da amostra demonstram sentimentos de interesse, inspiração e se sentem atraídos pelo trabalho que realizam.

Dessa forma, as dimensões de Engajamento no Trabalho, Vigor e Absorção, alcançaram médias entre “Às vezes” e “Muitas vezes”. Baseado nisso, percebe-se que os colaboradores da amostra se encontram engajados, pois os mesmos estão completamente dedicados e absorvidos em suas atividades no trabalho, podendo até se esquecer do tempo quando estão trabalhando (SCHAUFELI; DIJKSTRA; VAZQUEZ, 2013).

Logo, mesmo com médias altas, ao analisar as menores médias nas duas dimensões, observou-se que o questionamento “Revigorado” do aspecto Vigor com 3,76 de média e 1,07 de desvio padrão e “Renovado” do aspecto Absorção com 3,91 de média e 0,97 de desvio padrão, são fatores relacionados em recuperar as forças e se restabelecer. Segundo os autores Schaufeli, Dijkstra e Vazquez (2013), torna-se importante fortalecer os laços entre os membros da equipe. A organização pode elaborar ou manter regras claras sobre comportamentos respeitosos e apropriados dentro da organização.

O líder também pode fortalecer esses laços, pois serve como exemplo ao falar e tratar as pessoas. E os relacionamentos interpessoais entre os colegas de trabalho é extremamente relevante, pois atividades relaxantes, de diversão e de descontração contribuem para a formação de espírito em equipe. Da mesma forma, a organização deve ouvir seus colaboradores, assim os mesmos sentirão que tem voz na organização pelo fato de serem ouvidos, conhecidos e reconhecidos (SCHAUFELI; DIJKSTRA; VAZQUEZ, 2013).

No que tange a padronização das dimensões da escala EEGT, a Tabela 4 demonstra a classificação.

Tabela 4 - Padronização das dimensões da escala Engajamento no Trabalho.

DIMENSÕES DA ESCALA ENGAJAMENTO NO TRABALHO	CLASSIFICAÇÃO	FREQUÊNCIA	PERCENTUAL
VIGOR	Alto	100	76,34%
	Médio	31	23,66%
ABSORÇÃO	Alto	110	83,97%
	Médio	21	16,03%

Fonte: Dados da Pesquisa (2018).

A partir dos resultados da padronização das dimensões do Engajamento no Trabalho dispostos na Tabela 4, pode-se verificar que as duas dimensões foram classificadas com **Altos** índices. No aspecto Vigor, é possível destacar que 76,34% da amostra demonstraram ser persistentes, com energia e resiliência mental, apresentando resistências diante das dificuldades (BAKKER; DEMEURIOTI, 2008).

O aspecto Absorção também obteve um **Alto** índice na padronização, com 83,97% dos respondentes. Isso demonstra que os colaboradores supermercadistas estão absorvidos com seu trabalho, encontram-se plenamente concentrados e realizados com suas funções, podendo não ver o tempo passar (MARTINS; MACHADO; PEREIRA, 2015).

Schaufeli, Dijkstra e Vazquez (2013) destacam que a liberdade dentro da organização é um fator que possibilita deixar o colaborador mais engajado e satisfeito com seu trabalho, ou seja, quando o colaborador tiver autonomia ao exercer suas atividades, mais contente com seu trabalho ele estará. Os autores destacam ainda que, a diversidade de tarefas, participação na tomada de decisão da organização, oportunidade de carreira e de crescimento e suporte social também engajam e deixam contentes os colaboradores com seu trabalho.

Dessa forma, pode-se verificar que nenhum aspecto obteve **Baixo** índice, evidenciando que os colaboradores supermercadistas estão engajados possuindo sentimentos de Vigor e Absorção ao exercer suas atividades diárias. Sendo assim, os resultados apresentados demonstram que à medida que os colaboradores supermercadistas se sentem engajados com o trabalho que exercem, tendem a apresentar maior envolvimento de suas atividades diárias.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O conceito de trabalho para o indivíduo vem sofrendo alterações juntamente com as transformações econômicas e sociais. A idealização que o trabalho pode ser algo prazeroso e divertido é bastante plausível, pois trabalhar faz parte da vida, e não só traz benefícios financeiros, mas também pode gerar sentimentos de alegria e satisfação. Dessa maneira, o colaborador Engajado no trabalho tem mais chances de apresentar maiores níveis de contentamento e envolvimento com o trabalho. Por isso, as organizações que investem na saúde e bem-estar de seus colaboradores, possuem maior probabilidade de obter resultados positivos em suas metas organizacionais (SCHAUFELI; DIJKSTRA; VAZQUEZ, 2013).

Frente ao exposto, este estudo teve como objetivo analisar a percepção dos colaboradores do setor supermercadista em relação ao Engajamento no Trabalho. Para tanto, o estudo foi realizado com 131 colaboradores de seis supermercados na cidade de Tupanciretã-RS, sendo o levantamento dos dados realizado por meio de um protocolo de pesquisa constituído em duas partes: Dados sociodemográficos e socioprofissionais e Escala de Engajamento no trabalho (EEGT).

Em relação aos dados sociodemográficos e socioprofissionais dos colaboradores da amostra, o gênero é predominantemente feminino, apresentam idade entre 18 e 30 anos, em sua maioria são casados/união estável, possuem ensino médio completo/incompleto, recebem como remuneração mensal de R\$ 1000,01 a R\$ 3.000,01 e estão de 1 a 5 anos de tempo de trabalho na organização.

Ao verificar a possível incidência de Engajamento dos colaboradores da amostra, encontraram-se altas médias na Escala de Engajamento no Trabalho, Vigor com (4,04) e Absorção com (4,16), bem como na padronização da escala, ambas dimensões foram classificadas com altos índices. Verificou-se então, que os colaboradores se encontram engajados, pois os mesmos apresentaram médias altas, demonstrando assim, que estão dedicados e absorvidos em suas funções no trabalho, e podem não perceber o tempo passar enquanto estão trabalhando (SCHAUFELI; DIJKSTRA; VAZQUEZ, 2013). Isso traz muitos benefícios para a organização, pois colaboradores engajados apresentam mais esforços que os demais, realizam atitudes positivas beneficiando a si mesmo e também a organização em que estão inseridos (SIQUEIRA; ORENGO; PEIRÓ, 2014).

Por fim, espera-se que este estudo possa colaborar para a melhor compreensão da temática de Engajamento no Trabalho em colaboradores supermercadistas, assim como estimular esse setor a promover melhorias para o Engajamento de seus colaboradores.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE SUPERMERCADOS (ABRAS). **Apresentação da entidade**. Disponível em: <<http://www.abras.com.br/abras/>>. Acesso em: 11 jun. 2018.

ÁVILA, D. **Empreendedorismo e desenvolvimento local: o propósito de uma intervenção educativa em rede**. Tese de Mestrado, pela Faculdade de Psicologia e de Ciências de Educação e à Faculdade de Economia, Universidade de Coimbra, 2015. Disponível em: <https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/28876/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o_Darlene%20%C3%81vila%202015.pdf>. Acesso em: 10 maio 2018.

ÁVILA, Lucas Veiga; STECCA, Jaime Peixoto. **Gestão de pessoas**. Universidade Federal de Santa Maria - UFSM: Rede E-tec, 2015. Disponível em: <http://estudio01.proj.ufsm.br/cadernos_cooperativismo/terceira_etapa/arte_gestao_pessoas.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2018.

BAKKER, A. B.; LEITER, M. P. **Where to go from here: integration and future research on work engagement**. In: BAKKER, A. B.; LEITER, M. P. (Org.). *Work Engagement: a handbook of essential theory and research*, New York: Psychology Press, 2010. p. 181-196. Disponível em < <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1534484316628356>> . Acesso em: 13 ago. 2018.

BAKKER, A. B; DEMEUROTI, E. **Towards a model of work engagement career development international**, vol. 13 n. 3, p 209-223, 2008. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/241370987_Towards_a_Model_of_Work_Engagement>. Acesso em: 12 jun. 2018.

BORGES, L. O.; ALVES-FILHO, A.; TAMAYO, A. *Motivação e significado do trabalho*. Em: Siqueira, M. M. M. (org). **Medidas do Comportamento Organizacional**, Porto Alegre: Artmed. 2008.

DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICA E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS (DIEESE). **Balanço do Segmento e Perfil dos Trabalhadores em Supermercados**. São Paulo. 2010. Disponível em: < <http://www.comerciarios.org.br/dieese/pesquisas/perfil%202011.pdf>> Acesso em: 20. Out. 2018.

FIELD, A. **Descobrimos a estatística usando o SPSS**. 2ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FRANÇA, Ana Cristina Limongi; RODRIGUES, Avelino Luiz. **Stress e trabalho: uma abordagem psicossomática**. In: *Stress e trabalho: uma abordagem psicossomática*. Atlas, 2011.

FREITAS, Lori Ane Vargas; BRITO, Lucas Charão. **Engajamento no trabalho: um estudo em profissionais multidisciplinares de saúde em um município da região sul**. 2017. Disponível em: < [file:///C:/Users/User/Downloads/5390-23257-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/5390-23257-1-PB%20(1).pdf)> Acesso em: 22 out. 2018.

HARB, A. G. **As competências organizacionais nos segmentos de hipermercado e supermercado no Brasil**. 2005. Tese de Doutorado. Tese submetida ao Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, como requisito parcial para obtenção do Grau de Doutorado em Engenharia de Produção. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/102574/221608.pdf?sequence=1>> . Acesso em: 30 maio 2018.

HEWITT. A. **Trends in Global Employee Engagement**. 2015. Disponível em: <<http://www.aon.com/attachments/human-capital-consulting/2015-Trends-in-Global-Employee-Engagement-Report.pdf>> Acesso em: 11 jun 2018.

HORA, Henrique Rego Monteiro; MONTEIRO, Gina Torres Rego; ARICA, Jose. Confiabilidade em Questionários para Qualidade: Um Estudo com o Coeficiente Alfa de Cronbach. **Produto & Produção**, vol. 11, n. 2, p. 85 - 103, jun. 2010. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Henrique_Da_Hora/publication/233793375_Confiabilidade_em_Questionarios_para_Qualidade_Um_Estudo_com_o_Coeficiente_Alfa_de_Cronbach/links/02bfe51006a53d1de3000000.pdf> Acesso em: 12 out. 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo 2015 da cidade de Tupanciretã, Rio Grande do Sul**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?codmun=432220>> . Acesso em: 11 jun. 2018.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo 2010 da cidade de Tupanciretã, Rio Grande do Sul**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?codmun=432220&idtema=90>> . Acesso em: 11 jun. 2018

HAIR Jr., Joseph F.; BLACK, William C; BABIN, Barry J.; ANDERSON, Rolph E. **Multivariate data analysis**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 2009.

KAHN, william A. **Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work**. Boston University. Disponível em: <<https://pdfs.semanticscholar.org/cbb3/887590de9e5dc702b5d2655f8e804669fea0.pdf>> Acesso em: 2 maio. 2018

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 12a ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LIKERT, Rensis (1932), "**A Technique for the Measurement of Attitudes**", Archives of Psychology 140: pp. 1-55. Disponível em: <https://legacy.voteview.com/pdf/Likert_1932.pdf> Acesso em: 10 jun. 2018

LIMA, Ioneiry Viana. **As práticas de gestão de pessoas em pequenas e médias empresas do setor supermercadista: um estudo empírico**. Universidade estadual do ceará centro de estudos sociais aplicados mestrado acadêmico em administração, Fortaleza, 2015. Disponível em: <file:///c:/users/user/downloads/ioneiry_viana.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2018

LOPES, L. F. D. **Métodos Quantitativos**. UFSM. 1. ed. Santa Maria: UFSM, 2016.

LOPES, C. C. P; RIBEIRO, T. P; MARTINHO, N. J. Síndrome de Burnout e sua relação com a ausência de qualidade de vida no trabalho do enfermeiro. **Revista Enfermagem em Foco-COFEN**, v.3(2), p.97-101, 2012.

MARTINS, P. C; MACHADO, P.G.B; BENEVIDES, A.M.T. **Engagement no trabalho: uma discussão teórica**. Fractal, Rev. Psicol., v. 25 – n. 3, p. 629-644, Set./Dez. 2013. Disponível em: < <http://www.periodicoshumanas.uff.br/Fractal/article/view/653> > Acesso em: 12 out. 2018

MARTINS, Vanessa. **Comprometimento organizacional afetivo e engajamento no trabalho como preditores de comportamentos de cidadania organizacional**. 2014. Disponível em: <<http://tede.metodista.br/jspui/bitstream/tede/61/1/Vanessa%20Martins.pdf>> . Acesso em: 12 maio 2018

MASLACH, C.; SCHAUFELI, W.B.; LEITER, M. P. Job burnout. **Annual Review Psychology**, 2001. Disponível em: < <http://www.wilmarschaufeli.nl/publications/Schaufeli/154.pdf> > Acesso em: 27 Ago. 2018

PARENTE, Juracy. **Varejo no Brasil: gestão e estratégias**. São Paulo: Atlas S.A., 2000.

PATIAS, T. Z.; WITTMANN, M. L.; LISZBINSKI, B. B.; BALESTRERI, A. S.; COSTA, C. F. da. (2015). Custos da rotatividade de pessoal: evidências no setor de supermercados. **RACE - Revista de Administração, Contabilidade e Economia**, 14(1), 143-170. Disponível em: < <http://editora.unoesc.edu.br/index.php/race> > Acesso em 26 ago. 2018

SALANOVA, M. Organizaciones saludables y desarrollo de recursos humanos. Healthy organizations, resilient organizations. *Gestión Práctica de Riesgos Laborales*, 58, 18-23. 2009. Disponível em: < http://www.want.uji.es/wp-content/uploads/2017/03/2009_Salanova.pdf > Acesso em: 20 nov. 2018.

SCHAUFELI, W. B.; BAKKER, A.B. Job demands, job resources, and relationship with burnout and engagement: a multi-sample study. **Journal of organizational Behavior**, v. 25, n. 3, p. 293-315, 2004. Disponível em: <<http://www.wilmarschaufeli.nl/publications/Schaufeli/209.pdf>> Acesso em: 22 maio 2018.

SCHAUFELI, W. B.; DIJKSTRA, P.; VAZQUEZ, A. C. **O engajamento no trabalho**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2013.

SCHAUFELI, W. B.; TARIS, T. W. **A critical review of the Job Demands-Resources Model: implications for improving work and health**. In: BA UER, G.; HÄMMIG, O. (Ed.). *Bridging occupational, organizational and public health*. Dordrecht, Holanda: Springer, 2014. p. 43-68. Disponível em: < <http://www.wilmarschaufeli.nl/publications/Schaufeli/411.pdf> > . Acesso: 13 ago. 2018.

SCHAUFELI, Wilmar B.; LEITER, Michael P.; MASLACH, Christina. Burnout: 35 years of research and practice. **Career development international**, v. 14, n. 3, p. 204-220, 2009. Disponível em: < <http://www.wilmarschaufeli.nl/publications/Schaufeli/311.pdf> > Acesso em 27 ago. 2018.

SENHORAS, Elói Martins. O varejo supermercadista sob perspectiva. **Read-Revista Eletrônica de Administração**, v. 9, 2003. Disponível em: <file:///C:/Users/User/Downloads/fulltext_stamped.pdf>. Acesso em: 2 jun. 2018.

SILVA, Andrea Mendonça da. **Abordagem mecanicista x abordagem comportamental: influências das organizações modernas**. Acta brazilian science , São Luis, v. 1, p. 33-42, 2013. Disponível em: <<http://www.actabrazilianscience.com.br/arquivos/revista2.pdf#page=34>>. Acesso em: 12 jun. 2018.

SIQUEIRA, M. M. M. **Medidas de comportamento organizacional: ferramentas de diagnóstico e de gestão**. São Paulo: Artmed, 2008.

, M. M. M.; ORENGO, V.; PEIRÓ, J. M. **Engajamento no Trabalho**. In: SIQUEIRA, M. M. M. (Org.). **Novas medidas do comportamento organizacional: ferramentas de diagnóstico e de gestão**. Porto Alegre: Artmed, 2014.

TRIGO, Telma Ramos; TENG, Chei Tung; HALLAK, Jaime Eduardo Cecílio. Síndrome de burnout ou estafa profissional e os transtornos psiquiátricos. **Revista de psiquiatria Clínica**, v. 34, n. 5, p. 223-233, 2007. Disponível em : < https://www.researchgate.net/profile/Teng_Tung/publication/247853585_Sindrome_de_burnout_ou_estafa_profissional_e_os_transtornos_psiquiatricos/links/541798c60cf2218008bee92/Sindrome-de-burnout-ou-estafa-profissional-e-os-transtornos-psiquiatricos.pdf > Acesso em: 27 ago. 2018.