

CENTRO UNIVERSITÁRIO BRASILEIRO - UNIBRA  
CURSO DE GRADUAÇÃO TECNOLÓGICA EM  
ADMINISTRAÇÃO

ERIK ALVES GALVÃO  
HELLRIK ELIZAELE LÚCIA PACHECO DE LIMA SILVA  
JOANA D'ARC AGUIAR DE PAULA

**PERCEPÇÃO SOBRE QUALIDADE DE VIDA NO  
TRABALHO DE COLABORADORES DE  
SUPERMERCADOS DURANTE A PANDEMIA DA  
COVID-19**

RECIFE- PE

2020

ERIK ALVES GALVÃO  
HELLRIK ELIZAELE LÚCIA PACHECO DE LIMA SILVA  
JOANA D'ARC AGUIAR DE PAULA

**PERCEPÇÃO SOBRE QUALIDADE DE VIDA NO  
TRABALHO DE COLABORADORES DE  
SUPERMERCADOS DURANTE A PANDEMIA DA  
COVID-19**

Artigo apresentado ao Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA,  
como requisito parcial para obtenção do título de bacharelado em  
administração.

Professor Orientador: Bruno Melo Moura

RECIFE – PE

2020

G182p

Galvão, Erik Galvão

Percepção sobre qualidade de vida no trabalho de colaboradores de supermercados durante a pandemia da covid-19. / Erik Alves Galvão; Hellrik Elizaele Lúcia Pacheco de Lima Silva; Joana D'Arc Aguiar de Paula. - Recife : O Autor, 2020.

42 p.

Orientador(a): Bruno Melo moura

Trabalho De Conclusão De Curso (Graduação) Centro  
Universitário Brasileiro – UNIBRA. Bacharelado em Administração, 2020.

1. Covid-19. 2. Qualidade de vida no trabalho. 3. Varejo. Centro  
Universitário Brasileiro - UNIBRA. II. Título

CDU: 659.3

ERIK ALVES GALVÃO  
HELLRIK ELIZAELE LÚCIA PACHECO DE LIMA SILVA  
JOANA D'ARC AGUIAR DE PAULA

**PERCEPÇÃO SOBRE QUALIDADE DE VIDA NO  
TRABALHO DE COLABORADORES DE  
SUPERMERCADOS DURANTE A PANDEMIA DA  
COVID-19**

Artigo aprovado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharelado em Administração, pelo Centro Universitário Brasileiro – UNIBRA, por uma comissão examinadora formada pelos seguintes professores:

---

Prof.º Me. Bruno Melo Moura  
Professor Orientador

---

Prof.ª Me. Maria Caroline Carneiro Silva  
Professora Examinadora

---

Prof.ª Me. Jannaina Maria Luciene da Silva  
Professora Examinadora

RECIFE, \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_

NOTA: \_\_\_\_\_

*Dedicamos esse trabalho primeiramente a Deus por ser essencial em nossas vidas e a nossa família que amamos muito (em especial as pessoas tão queridas por nós, que já partiram).*

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos primeiramente a Deus por nos ter permitido chegar até aqui, por nos manter na trilha certa durante este projeto de pesquisa com saúde e forças para chegar até o final. Neste momento que é tão esperado por todos os graduandos.

Agradecemos de todo coração as nossas famílias que tanto nos apoiaram e ainda nos apoiam, e acreditaram que seríamos capazes de superar os obstáculos que a vida nos apresentou.

Somos gratos por todos os professores que compartilharam seus conhecimentos conosco que contribuíram tanto na elaboração deste trabalho, foram tantos os que marcaram a nossa trajetória acadêmica que é difícil mencioná-los aqui. Mas, com certeza muitos se tornaram inspirações para nós e sempre são lembrados com muito carinho.

Agradecemos especialmente ao nosso professor orientador Bruno de Melo Moura, pelo direcionamento que nos deu, pela paciência e criatividade, neste período tão adverso que estamos passando. Somos gratos por sua sinceridade e empenho, pois, serviram pra nos tornar perseverantes.

“A menos que modifiquemos à nossa  
maneira de pensar, não seremos capazes de  
resolver os problemas causados pela forma como  
nos acostumamos a ver o mundo”.

(Albert Einstein)

## Sumário

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	10
<b>2. REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	12
<b>2.1. Covid-19</b> .....	12
<b>2.2. Qualidade de vida no trabalho</b> .....	14
<b>2.3. Mercado de varejo e seu sistema de trabalho</b> .....	16
<b>3. METODOLOGIA</b> .....	18
<b>4. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS</b> .....	21
<b>4.1. Análise dos questionários</b> .....	21
<b>4.2. Análise das entrevistas</b> .....	26
4.2.1. <i>Satisfação com o trabalho executado e seus recursos</i> .....	30
4.2.2. <i>Insatisfação com atributos do trabalho e salário</i> .....	32
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	34
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	36
<b>APÊNDICE A – MODELO DO QUESTIONÁRIO:</b> .....	45
<b>APÊNDICE B – MODELO DA ENTREVISTA</b> .....	48
<b>ANEXOS</b> .....	50



# PERCEPÇÃO SOBRE QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO DE COLABORADORES DE SUPERMERCADOS DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19

Erik Alves Galvão

Hellrik Elizaele Lúcia Pacheco de Lima Silva

Joana D'arc Aguiar de Paula

Prof. Me. Bruno Melo Moura <sup>1</sup>

**Resumo:** Este estudo teve como objetivo analisar a percepção dos colaboradores de supermercados varejista da região metropolitana do Recife, em meio a pandemia. Para que fosse alcançado o objetivo proposto a metodologia utilizada quanto a natureza dos métodos de abordagem classifica-se como qualitativa. A técnica utilizada para coleta de dados foi a realização de questionários e entrevista. Pode-se verificar que na percepção dos colaboradores as organizações onde trabalham não têm modificado as ações que auxiliem na sua qualidade de vida no trabalho. E que para os colaboradores, mesmo diante desta pandemia essas ações não são fundamentais para à sua qualidade de vida no trabalho. Salientando que as pessoas não se preocupam tanto com a situação da pandemia.

**Palavras-chave:** Covid-19. Qualidade de vida no trabalho. Varejo.

**Abstract:** This study aimed to analyze the perception of employees of retail supermarkets in the metropolitan region of Recife, in the midst of a pandemic. In order to achieve the proposed objective, the methodology used as to the nature of the approach methods is classified as qualitative. The technique used for data collection was the performance of questionnaires and interviews. It can be seen that in the perception of employees the organizations where they work have not changed the actions that help in their quality of life at work. And that for employees,

---

<sup>1</sup> Doutorando e Mestre em Administração pelo Programa de Pós-Graduação em Administração (PROPAD) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), com Graduação em Ciências Econômicas na UFPE. Professor de Administração e Negócios na UNIBRA/IBGM. O foco de suas pesquisas inclui cultura do consumo, indústria do entretenimento, cultura pop, estudo de fãs e procedimentos metodológicos interpretativos para administração. E-mail para contato: brunomtop@gmail.com  
<http://lattes.cnpq.br/4175571719803868>

even in the face of this pandemic, these actions are not fundamental to their quality of life at work. Stressing that people are not so concerned about the pandemic situation.

**Keywords:** Covid-19. Quality of life at work. Retail.

## 1. INTRODUÇÃO

O tema Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) vem sendo estudado pela área de gestão de pessoas e trabalhado por organizações de todos os setores que buscam vantagens competitivas ante as outras empresas. Sabe-se que para haver essa vantagem competitiva, as organizações contam com seus colaboradores que como os demais recursos, são essenciais para seu desempenho. Desta forma a área de gestão de pessoas incentiva a valorização interna para que os colaboradores tenham qualidade de vida e traga bons resultados para a organização (ROCHA, 2007; SILVA, 2002).

A QVT surge de correntes opostas de interesse: a dos colaboradores e dos empregadores. De um lado estavam os colaboradores que reivindicaram melhores condições no trabalho e fora dele por parte das organizações; e do outro lado os empregadores queriam o aumento da produtividade e crescimento econômico que a implementação da QVT poderia trazer (CHIAVENATO, 2014). A QVT é afetada por questões comportamentais, como as necessidades humanas e ao comportamento individual no ambiente de trabalho. (FERNANDES; GUTIERREZ, 1998 apud LIMONGI-FRANÇA, 2002). Contudo a QVT trata a respeito do bem-estar dos colaboradores biologicamente, socialmente e psicologicamente (CHIAVENATO, 2014).

Para Chiavenato (2014) desenvolver, reconhecer e utilizar estratégias para reter talentos não é suficiente, é preciso utilizar mecanismos que faça com que eles permaneçam na organização engajados e satisfeitos. A QVT é almejada pelos colaboradores, sendo uma meta para boa parte dos empregadores (SOUZA, 2014; BARBOSA *et al.*, 2009).

Entre os setores que exploram o uso da QVT destacam-se os de saúde e os das organizações de varejo (BORGES; BIANCHIN, 2015; JABOR *et al.*, 2009). Segundo o IBGE os dados gerais sobre empresas comerciais em 2007, ano da última atualização, mostra que o comércio varejista ficou em primeiro lugar em relação ao comércio por atacado e o comércio de veículos, peças e motocicletas. Com um total de receita operacional líquida de R\$ 1.549.768.051 (mil Reais), tendo um total de pessoal ocupado de 7.593.876 (unidades) e com um número de 1.179.731 (unidades) de empresas comerciais (IBGE, 2019).

Logo, as organizações do setor varejista são consideradas como agentes intermediárias na cadeia produtiva, pois vendem produtos manufaturados pelo setor industrial para o consumidor final, agregando valor por meio de serviços de distribuição, sendo parte de um mercado muito competitivo. Por isso é possível afirmar que o “produto” do varejo são os serviços ou atributos de uma loja, juntamente com os bens produzidos por outros setores da

economia e apresentados no comércio para o consumidor final, e não apenas algo físico, suprimindo as necessidades dos consumidores (LEPSCH, 1998; MARTINHO, 2011).

O setor varejista realiza uma função de grande significância, primeiramente por ser fundamental para disponibilizar acesso a população, e em segundo lugar por ele ser um dos setores economicamente que consegue adequar-se melhor em atender as necessidades da localidade, criando soluções e tendo uma melhor percepção às necessidades dos consumidores (BARKI; BOTELHO; PARENTE, 2013). Neste mesmo sentido, o setor varejista faz-se serviços essenciais tendo funcionários treinados e um ambiente agradável, sendo assim um diferencial competitivo (BARKI; BOTELHO; PARENTE, 2013).

Serviços essenciais são aqueles indispensáveis para atender as necessidades da população, ou seja, indispensáveis para a conservação e preservação da vida e saúde da população (STAVALE; ZAMBONE, 2010; DIRETO NET, 2014). Neste sentido, ter os serviços essenciais é de igual modo conservar as atividades indispensáveis. Serviços essenciais levam em consideração os serviços das quais estabelece aos cidadãos que possam fruir dos direitos fundamentais (vida, saúde e segurança) (MOMEZZO, 2007; BATISTA, 2015).

Deste modo, é importante salientar que serviços essenciais como, água, energia elétrica, transporte, saúde, segurança, etc. não pode haver interrupção e/ou paralisação, mesmo nos casos de calamidade pública, isso porque o não fornecimento desses serviços pode afetar o direito à saúde e à integridade física dos consumidores (NASCIMENTO, 1989; JUSBRASIL, 2020; SPINA, 2010).

A origem desse conceito se dá há muitos anos atrás, no ano de 1950, quando o relator Ministro Edgar Costa, citou o seguinte significado para conceituar serviços essenciais “tudo quanto constitui objeto de comércio, tudo quanto tenha um sentido de utilidade pública”. Posteriormente, muitos outros conceitos foram se reformulando, para que fosse definido de uma forma mais clara, foi então que em 1989 criaram a lei chamada “Lei de greve” onde buscava definir quais serviços eram essenciais (MEDEIROS, 2016; MOMEZZO, 2007).

Atualmente, devido ao surto do novo coronavírus, o Congresso estabeleceu medidas de enfrentamento dessa pandemia, como a restrição temporária e excepcional da circulação de pessoas. Essas novas normas vêm ao encontro do papel constitucional do governo brasileiro de garantir, de forma técnica e criteriosa, que essa paralisação não impeça a proteção da população e o abastecimento, em especial de alimentos, medicamentos, e produtos de higiene e limpeza, para todas as regiões do país (GOV.BR, 2020). Desta forma, para prevenir a interrupção de atividades e de materiais necessários para a manutenção da vida, saúde, abastecimento e segurança da população, o presidente Jair Bolsonaro, editou a medida provisória (nº 926/20) e

decretos para alterar e regulamentar a Lei nº 13.979/20- que dispõe sobre o enfrentamento ao Covid-19 (PORTAL DO GOVERNO, 2020; PLANALTO, 2020).

Este surto do novo coronavírus, também chamado de Covid-19 que afetou o mundo, se deu início em Wuhan na China e já se espalhou em 6 continentes, a partir de 2 de março deste ano, levando os governos tomarem medidas para evitar que se espalhasse ainda mais (WU, Di; WU, Tiantian; LIU, Qun; YANG, Zhicong; *et al.*, 2020)

Desta forma, o país entrou em quarentena, porém as empresas que prestam serviços essenciais não podem determinar quarentena para seus colaboradores, sendo assim as empresas devem comunicar aos seus colaboradores sobre os cuidados e prevenção. Podem fazer isso através da Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA), ou então, fazer palestras para os colaboradores de como a prevenção deve ser feita, fazendo isso em pequenos grupos para se evitar aglomeração (ÉPOCA NEGÓCIOS, 2020).

Sendo assim a problemática desta pesquisa se dá na seguinte questão: **Quais as percepções de colaboradores de supermercado quanto a sua QVT durante o período de pandemia da COVID-19?**

Nesta sequência, o presente estudo propõe-se entender como trabalhadores de setores essenciais que precisaram continuar a exercer suas funções durante o período pandêmico, percebem a QVT. Neste sentido, são acessados àqueles considerados mais vulneráveis pela economia, os que se enquadram nas classes sociodemográfica D e E.

Logo, essa pesquisa se caracteriza em um estudo de caso, realizado em empresas do setor do varejo supermercadistas. Seu objetivo foi de identificar o nível de satisfação dos colaboradores e suas percepções em relação à QVT nestas organizações com um foco especial no período de pandemia em que nos encontramos. Sua justificativa está na carência e relevância de compreender a importância da QVT, na percepção dos colaboradores de supermercados a QVT é indiferente, porque eles necessitam do emprego, portanto eles estão preocupados com a carreira, com salários, mas não se preocupam com a situação do Covid-19, para eles é algo que vai passar, se tornando insensíveis e essa falta de sensibilidade pode acontecer pela falta de conhecimento sobre a QVT e também por acharem que não tem poder de decidir o seu rumo, tendo apenas que obedecer.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1.Covid-19**

No dia 31 de dezembro de 2019 a Organização Mundial da Saúde (OMS) emitiu um

alerta de um novo vírus da família do coronavírus, que teve origem no mercado de frutos do mar na cidade de Wuhan, na China. Os chineses notificaram a (OMS) de uma misteriosa pneumonia que havia surgido em Wuhan, com 11 milhões de habitantes a sétima maior cidade da China (G1, 2020; A ANHP, 2020; BBC, 2020).

Os cientistas já haviam se deparado com outras variações mais antigas do coronavírus como o SARS-COV uma epidemia que também começou na China em 2002. Outro vírus que também causou pandemia foi o H1N1 que surgiu no México e atingiu muitos outros países em 2009 (JORNAL BRASILEIRO DE PNEUMONIA, 2009; JORNAL ESTADO MINAS, 2020; GOMES; FERRAZ, 2009). Desde 31 de dezembro, quando a China informou a (OMS) que um vírus, até então desconhecido estava se espalhando pelo país, ele, o vírus que recebeu o nome de Covid-19, já chegou a 114 países (BBC NEWS BRASIL, 2020). “Para conter a disseminação, a China decretou, no final de janeiro, o confinamento drástico de mais de 50 milhões de pessoas em Wuhan, o berço da epidemia, e no restante de província de Hubei (centro)” (EXAME, 2020 p.1).

O vírus chegou na Itália no dia 31 de janeiro de 2020, nas américas pelos EUA no dia 21 de janeiro de 2020, mas não pareceu se propagar, de modo que os grandes governos do continente demoraram para tomar atitudes para conter o vírus. Entre eles o Brasil que adotou medidas só em março (JORNAL DO COMÉRCIO, 2020; VEJA, 2020).

Com a chegada do novo Covid-19 no Brasil e no mundo, o novo desafio a ser vencido além do contágio é tentar lidar com o recuo da economia. O isolamento social das pessoas trouxe impactos diretos à grande maioria dos setores econômicos. Pois, todos os setores considerados não essenciais para a população tiveram que fechar as portas, funcionando só por entregas online as famosas “lojas virtuais” (JORNAL DO COMÉRCIO, 2020; AGÊNCIA BRASIL, 2020; FERRARI; CUNHA, 2020). Um insidioso e invisível inimigo com um imenso potencial de destruição da saúde das populações e das economias de países está a nos defrontar, impondo enormes desafios aos sistemas de saúde e às lideranças institucionais e políticas (MARTINS, 2020; FREITAS; NAPIMOGA; DONALISO, 2020).

A Covid-19 fez com que houvesse um impacto severo na economia, onde os resultados das empresas se refletem nas bolsas de valores, como a queda de 40% nas ações no Brasil. Diante desse cenário, é importante os administradores terem um bom canal de relacionamento para explicar de forma clara, tanto a sociedade como a seus pequenos acionistas o que estão sendo feito para melhorar a situação da empresa em pelo menos a médio prazo (FONTES FILHO, 2020; FILHO, 2020).

Ainda de acordo com Martins (2020), a mobilização de respostas adequadas, das lideranças por parte das empresas, organizações sociais e decisores políticos, precisam ser fortes e claras, pois, está em causa uma difícil escolha entre saúde e economia. Utilizando-se coragem, inteligência, força e perseverança, além dos meios que permitam a reconstrução das sociedades e economias abaladas por esta pandemia.

O cenário atual ainda é incerto, embora o Brasil já tenha reduzido a perspectiva de crescimento do PIB de mais de 2% para próximo de zero. Mas tudo indica que a necessidade de recuperação levará a uma rediscussão do papel do Estado como indutor do desenvolvimento (GONZATTO, *et al.*, 2020, p.3).

Em contrapartida, o setor alimentício no Brasil vem crescendo, sendo um dos únicos setores além das farmácias que permaneceu aberto durante o isolamento social. O setor vem se adaptando para poder atender toda a população que depende do seu produto, tanto que os supermercados online tiveram um crescimento de 25% de seus usuários (AGAZETA, 2020; DINO, 2020).

## **2.2. Qualidade de vida no trabalho**

A QVT é compreendida como sendo um sistema que abrange pessoas, trabalho e organizações, onde se destacam questões como a preocupação com a satisfação dos colaboradores e o desenvolvimento do conceito organizacional (SILVA *et al.*, 2016; AKETCH *et al.*, 2012; MORETTI, 2012; MENDES, 2018).

De modo que a QVT, envolve uma constelação de fatores, como: a satisfação com o trabalho executado, possibilidades de futuro na organização, reconhecimento pelos resultados alcançados, o salário percebido, benefícios auferidos, relacionamento com os colegas de trabalho, ambiente psicológico e físico de trabalho (CHIAVENATO, 2015). A QVT é uma junção de vários fatores que proporcionam equilíbrio e bem-estar para o ser humano (RIBEIRO, 2015; SANTANA, 2015).

Apesar de que o termo QVT não tem uma concordância sobre sua definição, embora a maior parte dos conceitos sustenta em ser benefício para o colaborador e empregador, ao mesmo tempo em que a aprimoração do conhecimento de QVT oferece satisfação ao colaborador no trabalho, conforto e segurança, em contrapartida produtividade para a organização (ZANARDI, 2016; MEDEIROS, 2002).

Diante do pressuposto vale ressaltar o surgimento da QVT, que se originou em meados da década de 1950, na Inglaterra, através do trabalho de Eric Trist e seus colaboradores, na realização de um estudo. Na década de 1960 esse movimento ganhou mais relevância

(ANGRAD, 2012; MASSOLA; CALDERARI, 2011; OLIVEIRA, 2014). O interesse empresarial na QVT é datado a mais de meio século. Embora, a partir de 1970 a QVT passou a ser mais reconhecida e ganhou investimentos, contudo em grandes corporações, onde os colaboradores começaram a cobrar das organizações a QVT como direito (FERREIRA; ALVES; TOSTES, 2009; RIBEIRO; SANTANA, 2015; MENDES, 2018).

Sabe-se que, a QVT é afetada por questões comportamentais, como as necessidades humanas e ao comportamento individual no ambiente de trabalho, sua meta é criar uma organização mais humanizada (FERNANDES; GUTIERREZ, 1998 apud LIMONGI-FRANÇA, 2002; MORETTI, 2001). Visto que as organizações são compostas por pessoas que possuem emoções e singularidades, quando uma organização investe nas pessoas que a compõe, ela passa a obter vantagem competitiva, agregando valor à empresa (PEREIRA; VASCONCELOS, 2018).

Neste sentido, a QVT deixa evidente a importância das exigências do trabalhador no sentido pessoal para que a organização tenha sucesso. Havendo essa união entre colaborador e a organização os dois lados serão beneficiados, tanto na satisfação pessoal como nas condições saudáveis ambientais (BONFANTE; OLIVEIRA; NARDI, 2015; HOFMANN, 2019).

Os idealizadores de QVT buscam torná-la uma ferramenta de gestão efetiva, porém isto é um desafio que persiste (VASCONCELOS, 2001; SOUZA; SILVA, 2019). De modo que a QVT busca auxiliar as organizações no aprimoramento das suas formas de organização no trabalho, onde maximiza o nível de satisfação dos colaboradores e a produtividade (MORETTI, 2012; SILVA *et al.*, 2015).

Neste sentido, a QVT oferece descobertas que colaboram para que as organizações saibam como lidar com seus colaboradores de forma correta (GONÇALVES *et al.*, 2012; PINTO, 2015). De modo que a implementação da QVT busca oferecer mais qualidade de vida e estabelece estratégias para que a organização atenda às necessidades básicas dos colaboradores (CARVALHO *et al.*, 2013; SANTOS, 2012).

Sendo assim, evidencia-se que é importante trabalhar a qualidade de vida nas organizações, com o objetivo de satisfação pessoal do colaborador na realização de suas atividades nas organizações (MAXIMIANO, 2000; ANDRADE, 2012).

No passado quando se falava em qualidade estavam se referindo apenas a organização e a sua produção. Porém na atualidade a QVT também é considerada, visto que os colaboradores precisam se identificar com o trabalho que estão realizando, se sentindo produtivos e sendo reconhecidos como parte fundamental do processo produtivo que eles são. Os colaboradores



precisam se sentir bem tanto dentro da organização quanto fora dela (GIL, 2016; FERNANDES, 2008).

Segundo Chiavenato (2014) quando a QVT de uma empresa é baixa gera desmotivação nos funcionários, incredulidade no trabalho realizado, baixa produtividade e mau comportamento. Enquanto empresas com QVT alta geram confiança por parte dos colaboradores, motivação, produção aumentada e promove um clima de cooperação, dos funcionários com a empresa.

Apesar de bem conhecida, a QVT sofre críticas da parte dos autores brasileiros, por não haver uma clara definição do conceito de QVT (LIMONJI-FRANÇA, 2009; FERREIRA; ALVES; TOSTES, 2009). Ainda que os estudos sobre QVT tenham começado no século XX, ainda não existe uma concordância no conceito do termo QVT (SCHMIDT *et al.*, 2008; ROCHA *et al.*, 2017).

Na administração o conceito está ligado aos princípios da escola sociotécnica, que caracterizava o relacionamento do colaborador com seu trabalho e a sua satisfação, que teve sua origem por meio dos estudos de Eric Trist e de seus colaboradores (SAMPAIO, 2012; MACHADO; DESIDERI, 2017; ROCHA *et al.*, 2017).

Diante do exposto a QVT é uma vertente que é muito utilizada para medir a gestão de pessoas de organizações como um todo, dentre os setores mais investigados a partir da QVT, destacam-se o setor de varejo (JABOR *et al.*, 2009; MARTINHO, 2011), setor de saúde (SCHMIDT *et al.*, 2008; DIAS *et al.*, 2010) e o setor de indústria (ANDRADE, 2012; BEZERRA; DINIZ, 2019).

### **2.3.Mercado de varejo e seu sistema de trabalho**

O setor varejista é um setor emblemático para as organizações, tanto que ele é investigado a partir de como faz a gestão de pessoas (JABOR *et al.*, 2009; MARTINHO, 2011). Deste modo, o varejo é compreendido como um processo que é formado de várias atividades que resulta na venda de produtos e serviços, tendo como base a solução para suprir as necessidades e os desejos do seu público o consumidor final (PARENTE, 2000; KOTLER, 1998; GOUVEIA *et al.*, 2011; GIULIANI, 2010).

Em outras palavras, o varejo envolve um agrupamento de atividades de negócios, que acrescenta valor nos produtos e serviços vendidos. Sendo a última etapa do sistema de distribuição (MATTAR, 2011; NORO *et al.*, 2012).

Diante do exposto, conceitua-se o varejista como um comerciante que vende seus produtos e serviços, para o uso pessoal ou familiar, mas ele pode chegar a ser o último de uma

grande cadeia de consumidores (GIULIANI, 2003).

A idealização do varejo surgiu nos EUA e na Inglaterra, no século XIX, no momento em que surgiram as chamadas *general stores*, ou também conhecidas como lojas de mercadorias gerais, que comercializavam mercadorias como: alimentos, tecidos, utilidades domésticas, entre outras mercadorias. Nos EUA, no ano de 1886 iniciou-se a Sears, onde as mercadorias eram vendidas por meio de catálogos, onde posteriormente transformou-se em lojas de departamentos (GOUVEIA *et al.*, 2011; BORGES *et al.*, 2010).

No Brasil, os primeiros índices de comércio relatados nas terras brasileiras surgiu através da forma de escambo, porém por volta do fim do século XIX e início do século XX devido ao início da industrialização e o surgimento dos meios e vias de transporte o varejo no Brasil passou a ter mais ênfase (VAROTTO, 2006; MATTAR, 2011; GOUVEIA *et al.*, 2011; BORGES *et al.*, 2010).

Neste sentido, o varejo engloba diversos aspectos de negócios, toda e qualquer empresa que possa fornecer um produto ou serviço para um consumidor final ela é considerada uma varejista. Existem diversas empresas no setor de varejo e com o passar do tempo vão surgindo novas, assim surgiram o varejo de loja, varejo sem loja e a organização de varejo (KOTLER, 2000; CLARO *et al.*, 2009).

Deste modo, o setor varejista é considerado um dos mais importantes na economia de um país, adotando medidas que possam sempre estimular o consumo e o crescimento da economia, sendo um dos pilares da manutenção social (VARGAS, 2000; GRUPO FATOS, 2020; FERREIRA, 2020). Porém por causa da atual situação em que vive o mundo, a economia mundial vem sofrendo grande impacto. Nos EUA, por exemplo, houve uma queda significativa nas vendas no varejo, por causa das medidas de distanciamento social (LEVY, 2020; EXTRA GLOBO, 2020).

No Brasil o varejo se tornou um dos principais setores que influenciam no desenvolvimento do país, impulsionando gradativamente o PIB brasileiro, tendo um impacto de 62,5% no PIB de R\$ 6,8 trilhões, tendo como base os números do ano de 2018 (SBVC, 2019; PEREIRA, 2013). Entretanto com as medidas para conter o Covid-19, muitas lojas tiveram que fechar as suas portas, ocorrendo perda na receita, o que impactará na economia, em contrapartida, as farmácias, por exemplo, estão se beneficiando pela alta procura, favorecendo as vendas (THE CAP, 2020; AGÊNCIA BRASIL, 2020).

Assim, o varejo tradicional vem vivenciando um momento de grande impacto, devido às mudanças no comportamento de compras dos consumidores. Como foi determinado por autoridades governamentais para que as cidades adotassem o distanciamento social, os

consumidores optaram a consumir utilizando o meio virtual, já que não precisa sair de casa, para assim comprar aquilo que lhe for essencial (OKUBO, 2020; BARTH, 2004). Contudo, alguns segmentos do setor varejista não fecharam as suas portas por serem considerados serviços essenciais, ou seja, por oferecer produtos e/ou serviços que são indispensáveis para a sobrevivência humana, foi assim que no dia 16 de agosto de 2017, o Presidente Michel Temer alterou o decreto 27.048, incluindo o comércio varejista como serviço essencial (MAZUI; G1, 2017; CAMPOS; NÓBREGA, 2013).

### **3. METODOLOGIA**

O presente estudo empírico foi desenvolvido mediante à uma pesquisa qualitativa, a qual identificou o nível de satisfação dos colaboradores de supermercados e suas percepções sobre a QVT. Neste sentido, como método de coleta, fez-se a utilização de questionário que é definido como um método de investigação que contém determinada quantidade de questões que são expostas aos respondentes, auxiliando na coleta de informações da realidade (GIL, 2008; DUARTE, 2004).

A aplicação de questionários torna-se válida na pesquisa, pois, permite que seja atingido um grande número de pessoas para respondê-lo, além de permitir que elas respondam quando tiverem maior disponibilidade de tempo para assim fazê-lo. O que permite o levantamento de dados que possam ser comparados a fim de responder o problema de pesquisa abordado (GIL, 2008; FLICK, 2009).

Para que seja validada a aplicação do questionário faz-se necessário que o pesquisador, antes de tudo, elabore um bom número de pergunta, evitando ambiguidade e termos que não sejam compatíveis com o grau de informação que os respondentes possuem, ou seja, utilizando vocabulário de fácil entendimento e significado claro (FLICK, 2009; MARCONI; LAKATOS, 2003).

Para esta pesquisa foi aplicado um questionário contendo 19 perguntas fechadas pelo método da escala Likert (conforme pode ser visto no Apêndice A). Esta escala utilizada no questionário possui sete categorias, podendo variar de insatisfação total (1) à satisfação total (7).

Para a realização dos questionários foi utilizada a ferramenta de coleta de dados Google Forms e enviado aos colaboradores através de e-mail ou da ferramenta de mídia social WhatsApp. Estas informações foram coletadas por meio do preenchimento, para avaliar o nível

de satisfação de cada colaborador. Permaneceu disponível para aceitar resposta do período de 05 de abril a 24 de maio de 2020. Sendo coletadas neste período 22 respostas.

O montante dos dados dos questionários trata de uma amostra não-probabilística intencional, pois, a ideia é de mapear e não correlacionar as respostas, afim de se fazer uma análise exploratória. A partir dos resultados iniciais obtidos com a aplicação dos questionários, viu-se a necessidade de aprofundarmos a investigação por meio de entrevistas, a partir disso a pesquisa busca uma análise de conteúdo que lhe aproxima de caráter qualitativo.

A pesquisa qualitativa tem por finalidade analisar o tema em profundidade. Neste sentido, na abordagem qualitativa, os estudos são construídos por meio da perspectiva do mundo real, contudo, tendo uma atenção a especificidade na interpretação das palavras, visto que a pesquisa é constituída pela experiência vivida pelos indivíduos, sendo uma opção do pesquisador, pois é uma forma adequada para entender a natureza de um fenômeno social (GÜNTHER, 2006; OLIVEIRA, 2009; RICHARDSON, 1999).

Para a elaboração das entrevistas foi usado um modelo semiestruturado, onde de acordo com Flick (2013), o entrevistador elabora várias perguntas de acordo com o que se pretende averiguar, essas perguntas servem para orientar o entrevistador no momento da entrevista. Neste modelo de entrevista o entrevistador pode mudar as ordens das perguntas de acordo com o andamento das respostas, pois, o objetivo deste método é permitir que o entrevistado responda livremente e de maneira extensa o que se deseja.

Para esta análise as 5 primeiras perguntas da entrevista tinham por objetivo coletar dados dos colaboradores, como nome, escolaridade, função na empresa e tempo na função. E 13 perguntas com o objetivo de se saber de que maneira os colaboradores percebiam os fatores e atributos do ambiente em que trabalham, cujo modelo pode ser visto no Apêndice B do trabalho.

Para a realização das entrevistas foi utilizado, a princípio, as duas últimas perguntas do questionário convidando os colaboradores a participarem da entrevista, que seriam realizadas por meio da ferramenta WhatsApp, onde um total de 17 colaboradores aceitaram participar, mas efetivamente apenas 13 dentre eles iniciaram e concluíram as entrevistas. Com o intuito de aumentarmos o número de entrevistados, após o fim do período de aplicação dos questionários, continuamos abordando colaboradores para participarem diretamente apenas das entrevistas.

Desta maneira, foram abordados um total de 39 colaboradores dos supermercados, onde 13 responderam aos questionários e entrevistas, 9 responderam apenas ao questionário, 6 participaram apenas das entrevistas e os outros 11 colaboradores restantes não aceitaram participar da pesquisa.

De modo que, o presente estudo teve como escopo as organizações do setor de supermercado da Região Metropolitana do Recife (RMR) sendo realizado nas seguintes empresas: Supermercados Arco Mix, Extra, Extrabom, Grupo Pão de Açúcar e Max Varejão, conforme pode ser visto no Quadro 1 abaixo:

**Quadro 1 – Entrevistas realizadas**

<b>Supermercados</b>	<b>Bairro e Cidade</b>	<b>Quantidade de colaboradores</b>
<b>Arco Mix</b>	Centro – Camaragibe	1
<b>Extra</b>	Iputinga – Recife	5
<b>Extrabom</b>	Setúbal – Recife	4
<b>Grupo Pão de Açúcar</b>	Boa Viagem – Recife	6
<b>Max Varejão</b>	Centro – Camaragibe	3

Fonte: produzido pelos autores (2020).

Após a realização da entrevista fez-se necessário a utilização da análise de conteúdo, que consiste em procedimentos sistemáticos e de descrição de conteúdo das mensagens através de um conjunto de técnicas de análise das comunicações que permitirá a inferência de conhecimentos a partir das mensagens obtidas. Essa produção de inferência na análise de conteúdo é o que concede relevância teórica ao conteúdo de uma informação quando vinculada a outras, tornando-se a razão de ser da análise de conteúdo (BARDIN, 2016; CAMPOS, 2004).

A análise de conteúdo, após a coleta de dados é desenvolvida através de técnicas mais ou menos refinadas, além de realizar a interpretação, afirma Flick (2009). Para Dellagnelo e Silva (2005) a análise de conteúdo mostra-se como uma das técnicas mais utilizada no Brasil para a análise de dados, especialmente nas pesquisas qualitativas, no campo da administração.

Bardin (2016) organiza as etapas da técnica nas três seguintes fases: 1ª pré-análise, 2ª exploração do material e 3ª tratamento dos resultados, inferência e interpretação. De forma semelhante Campos (2004) define as fases da técnica em três partes: 1ª Fase de pré-exploração do material ou de leituras flutuantes do *corpus* das entrevistas, 2ª Seleção das unidades de análises (ou unidade de significados) e 3ª Processo de categorização e subcategorização.

## 4. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

### 4.1. Análise dos questionários

Com a aplicação dos questionários objetivou-se captar informações importantes sobre os colaboradores do varejo de supermercado, ajudando os pesquisadores a perceberem o nível de satisfação ou insatisfação dos colaboradores nas organizações em que trabalham. Para facilitar o seu envio e a coleta de dados o questionário foi elaborado através da plataforma Google Forms e enviado através de meios digitais. Permaneceu disponível para aceitar resposta do período de 05 de abril a 24 de maio de 2020. Sendo coletadas neste período 22 respostas.

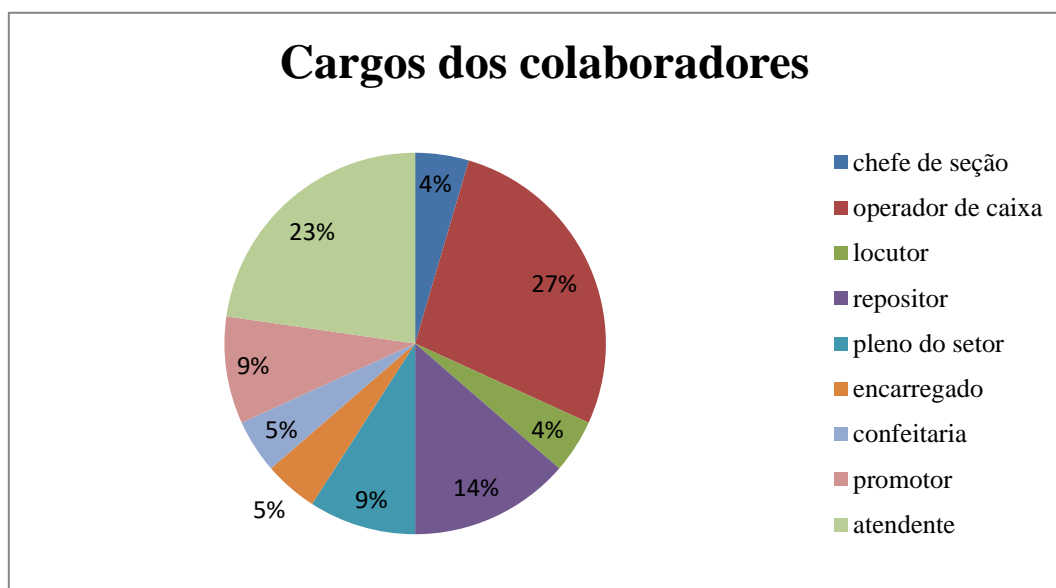
A primeira parte do questionário tinha por objetivo coletar algumas informações básicas dos colaboradores como sexo, nome da empresa em que trabalham, localização da empresa, setor em que trabalham e o cargo ocupado por eles. Foi constatado que 55% dos que responderam são do sexo feminino e 45% são do sexo masculino, como mostra o gráfico 1 e o gráfico 2 logo abaixo.

Gráfico 1 - Sexo dos participantes



Fonte: corpus de pesquisa (2020).

Gráfico 2 - Cargos dos colaboradores



Fonte: corpus de pesquisa (2020).

De acordo com dados do Ministério de Desenvolvimento, Indústria e Comércio (MDCI) a classificação do porte das empresas segue mediante o critério que associa o número de colaboradores da empresa e o valor de seu faturamento, conforme a tabela abaixo.

Tabela 1 - Identificação das empresas por porte

PORTE	INDÚSTRIA		COMÉRCIO E SERVIÇOS	
	Empregados	VALOR	Empregados	VALOR
<b>Microempresa</b>	Até 10	Até US\$ 400 mil	Até 5	Até US\$ 200 mil
<b>Pequena Empresa</b>	De 11 a 40	Até US\$ 3,5 milhões	De 6 a 30	Até US\$ 1,5 milhões
<b>Média Empresa</b>	De 41 a 200	Até US\$ 20 milhões	De 31 a 80	Até US\$ 7 milhões
<b>Grande Empresa</b>	Acima de 200	Acima de US\$ 20 milhões	Acima de 80	Acima de US\$ 7 milhões

Fonte: Elaborada pelos autores com base no MDIC (2017).

Com base nas informações acima apresentada na tabela, foi possível identificar e classificar o porte dos supermercados, na qual os colaboradores foram entrevistados, conforme o quadro abaixo.

Quadro 2 - Porte dos supermercados

Nome dos Supermercados	Porte da Empresa
Arco Mix	Empresa de Grande Porte

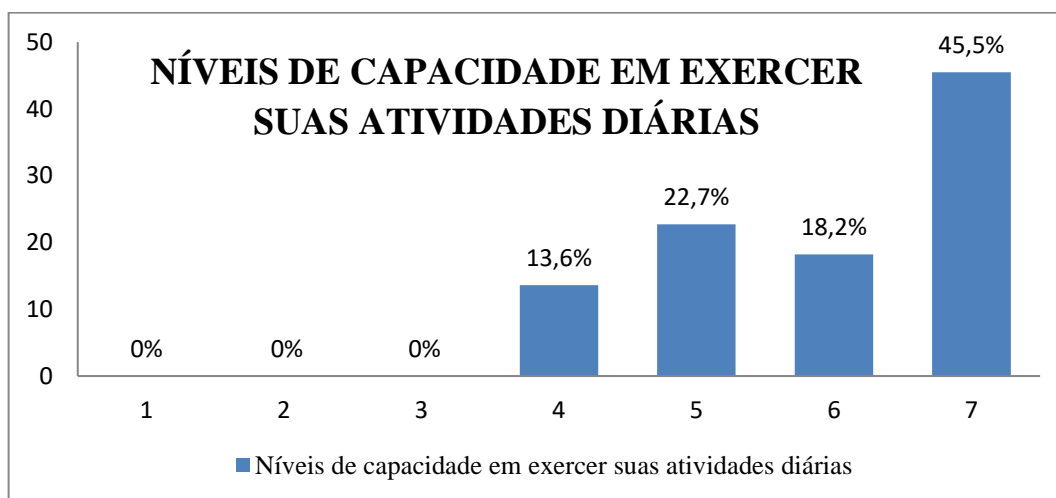
<b>Extra</b>	Empresa de Grande Porte
<b>Extrabom</b>	Empresa de Grande Porte
<b>Grupo Pão de Açúcar</b>	Empresa de Grande Porte
<b>Max Varejão</b>	Empresa de médio Porte

Fonte: produzido pelos autores (2020).

A segunda parte era composta por 21 perguntas sendo 19 perguntas de múltipla escolha, no formato Likert de 1 a 7. Onde 1 correspondia a insatisfação total, 2 insatisfação, 3 insatisfação parcial, 4 indiferente, 5 satisfação parcial, 6 satisfação e 7 satisfação total. E as duas últimas perguntas eram direcionadas a saber se os participantes aceitariam participar de uma entrevista pela mídia social digital WhatsApp.

No Gráfico 3 fica exposto que os colaboradores avaliam como satisfatória as suas capacidades de exercerem as suas atividades, devido a experiência adquirida pelo bom tempo em que estão na função. Sendo que 45,5% deles afirmaram ter satisfação total.

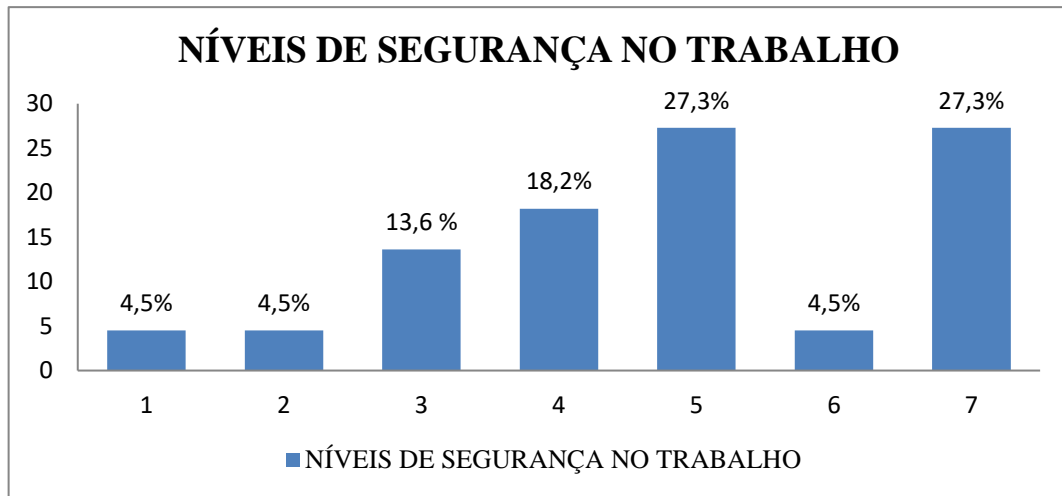
**Gráfico 3-** Nível de capacidade de exercer suas atividades diárias



Fonte: corpus de pesquisa (2020)

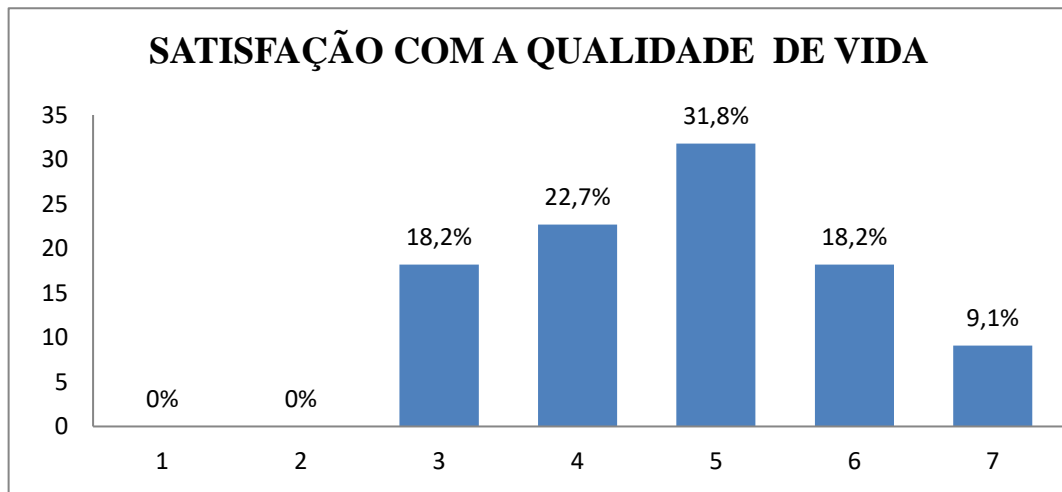
Na questão sobre acharem o local em que trabalham seguro fisicamente e diante da situação pandêmica em que se encontram, o Gráfico 4, mostra que as respostas tiveram variações relevantes, no sentido de que, a maior parte dos que responderam disseram ter algum nível de satisfação. Uma quantidade menor foi indiferente ou insatisfeitos em algum nível.



**Gráfico 4 - Satisfação com a segurança no ambiente de trabalho**

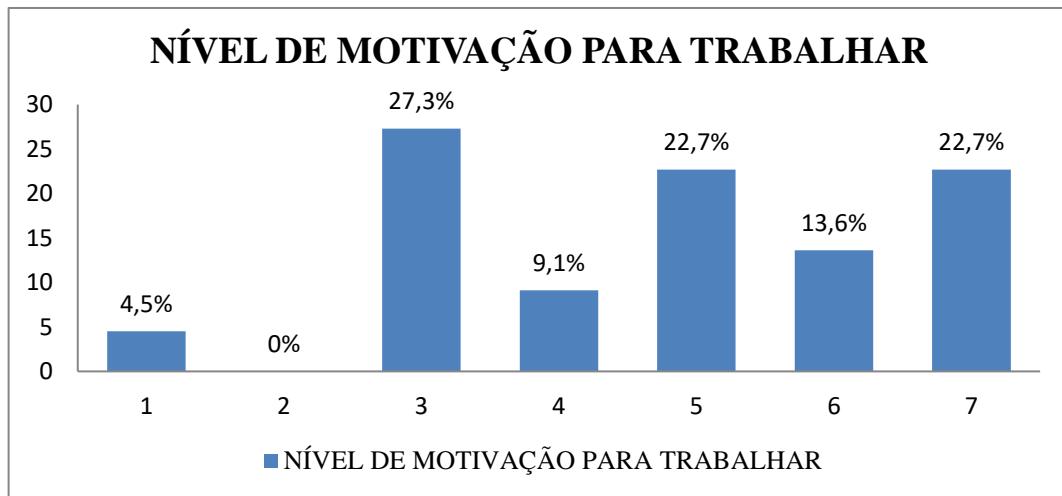
Fonte: corpus de pesquisa (2020).

No Gráfico 5, dos que responderam, uma quantidade maior respondeu estar pelo menos parcialmente satisfeitos com a qualidade de vida no trabalho. Indicando que há algum nível de satisfação, porém, ainda precisa ser melhorado de alguma forma.

**Gráfico 5 - Nível de satisfação com a qualidade de vida no trabalho**

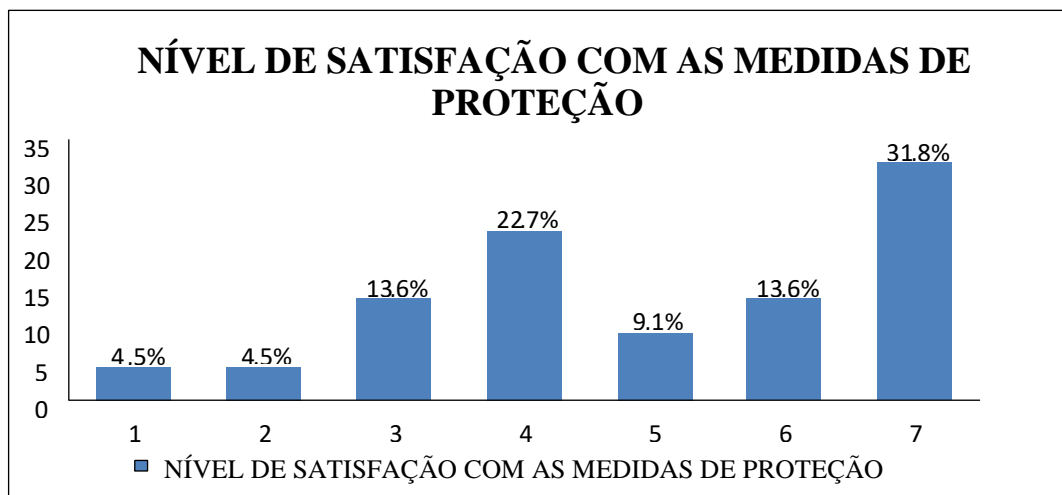
Fonte: corpus de pesquisa (2020).

Já no Gráfico 6, os participantes responderam ter uma insatisfação parcial maior do que uma satisfação parcial em relação ao nível de motivação para ir trabalhar. Mas quando se leva em consideração a quantidade de pessoas que responderam ter algum nível de satisfação e a quantidade dos que responderam estar insatisfeitos de alguma maneira, fica claro que a satisfação mesmo que em níveis diferentes ainda é maior.

**Gráfico 6 -** Nível de motivação para trabalhar

Fonte: corpus de pesquisa (2020).

Foi investigado também, como os colaboradores avaliavam as medidas de proteção adotadas pelas organizações no período da pandemia. A maioria deles responderam ter satisfação total com as medidas adotadas, mas levando em consideração a quantidade de pessoas que responderam ser indiferentes, isto pode indicar que embora a organizações tenham adotado medidas de prevenção ao Covid-19 ainda pode haver dúvidas quanto a sua eficácia. Conforme pode ser visto no Gráfico 7 abaixo:

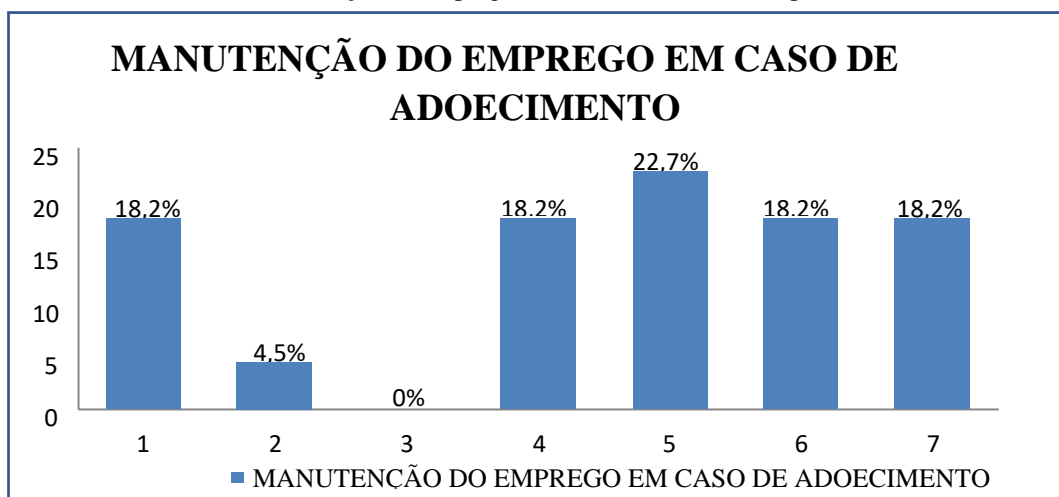
**Gráfico 7-** Nível de satisfação com as medidas de proteção contra o Covid-19

Fonte: corpus de pesquisa (2020)

Foi perguntado ainda como os participantes avaliavam a manutenção do emprego deles caso adoessem por causa do Covid-19. A maioria deles demonstraram ter algum nível de satisfação, mesmo que parcial. Contudo, o gráfico apresenta uma distribuição uniforme. Os

níveis de entendimento são dispersos e inconclusivos, o que pode ser reflexo de falta de transparência na tomada de decisão, falta de comunicação interna quanto às diretrizes da empresa para esse cenário adverso que a pandemia por Covid-19 trouxe. Tais respostas são observadas no Gráfico 8 logo abaixo:

**Gráfico 8 - Manutenção do emprego em caso de adoecimento por Covid-19**



Fonte: corpus de pesquisa (2020)

#### 4.2. Análise das entrevistas

Foram abordadas 39 pessoas, destas pessoas apenas 19 aceitaram iniciar e concluir as entrevistas. Entre os motivos de muitos não participarem da entrevista estão a falta de interesse ou medo de que suas respostas pudessem comprometer seu futuro na organização.

Essas 19 entrevistas nos levaram a inferência de 16 códigos, que elucidam a fala direta dos colaboradores de supermercados varejistas em tempos de Covid-19 quanto à qualidade de vida no trabalho. O Quadro 3 apresenta a nomenclatura e definição/descrição desses códigos.

**Quadro 3 - Códigos das entrevistas**

Código	Nome	Descrição
Cod01	Percepção do processo de cargos e carreiras da organização	O (a) colaborador (a) reconhece o procedimento de cargos e carreiras da organização. Colaborador (a) não só acredita no processo, como já foi promovido (a).
Cod02	Insatisfação com o salário	O (a) colaborador (a) acredita que deveria receber mais devido ao grau de estresse no trabalho.

Cod03	Insatisfação com a falta de educação de alguns clientes	O (a) colaborador (a) relata experiências desagradáveis no trabalho.
Cod04	Satisfação com o trabalho que executa	O (a) colaborador (a) diz que ama o que faz no trabalho. O (a) colaborador (a) acredita que pode alcançar seus objetivos através do seu trabalho.
Cod05	Impactos sentidos pelo (a) colaborador (a) na vida pessoal	O (a) colaborador (a) sente impactos físicos causados pelo trabalho como: sono excessivo, cansaço físico e pernas inchadas. Já outro colaborador (a) não sente impactos na vida pessoal.
Cod06	Influência do trabalho no âmbito familiar	Segundo o (a) entrevistado (a) o mau tratamento dos clientes causa danos psicológicos e até depressão em alguns casos. E consequentemente estes problemas são levados para casa. Segundo o (a) entrevistado (a) a influência é positiva, pois, o (a) motiva a conquistar seus objetivos.
Cod07	Satisfação com a relação e comunicação com os líderes	Os líderes possuem uma boa comunicação com os colaboradores e tratam os colaboradores com educação. Os gestores são gentis, prestativos e têm uma boa comunicação.
Cod08	Danos causados pela profissão	Colaborador (a) tem consciência dos danos à saúde pela profissão que pode acontecer devido ao esforço repetitivo, e já sente danos como pernas inchadas. Já outro colaborador (a) acredita que não há danos à saúde devido ao trabalho. E não sente nenhum dano.
Cod09	Colaborador (a) não é bem informado (a) sobre seu futuro profissional	Colaborador (a) menciona como é a carga horária no seu local de trabalho, mas, não sabe se está de acordo com o que a lei trabalhista determina.
Cod10	Planos corporativos oferecidos pela organização	Colaborador (a) possui plano de saúde e odontológico oferecidos pela organização. Colaborador (a) informou que a empresa oferece planos corporativos.
Cod11	Percepção das medidas de prevenção ao Covid-19	Colaborador (a) relata as medidas protetivas que estão sendo tomadas pela empresa como: uso de luvas descartáveis, álcool em gel, máscaras e viseiras de acrílico. Colaborador (a) está muito satisfeita com as medidas tomadas pela organização.
Cod12	Acúmulo de função	Colaboradores relatam que foram contratados para uma função, mas exercem outras que não condiz com a registrada na carteira de trabalho.

Cod13	Suporte oferecido ao colaborador em caso de contaminação pelo Covid-19	Segundo a (o) entrevistada (o) os colaboradores que apresentam febre, dor de cabeça ou mal-estar são encaminhados a algum hospital, pois, não permitem que este colaborador trabalhe nestas condições devido ao risco de contágio pelo Covid-19. Colaborador (a) não soube informar se tem, pois, ninguém havia sido contaminado até o momento da entrevista. Colaborador (a) informa que a organização não oferece grande suporte.
Cod14	Percepção da jornada de trabalho	Colaborador (a) acredita que a sua jornada de trabalho é justa.
Cod15	EPIs fornecidos pela organização	O colaborador (a) descreve os EPIs disponíveis e suas utilidades e a importância deles.
Cod16	Implementação da campanha de prevenção do Covid-19 para clientes	Colaborador (a) afirmou que há campanha de prevenção direcionada aos clientes e explicou como é feita.

Fonte: produzido pelos autores (2020).

No próximo movimento do tratamento dos dados obtidos pelas entrevistas, consideramos que a sobreposição de elementos em comum nos códigos os leva a se agrupar num próximo nível analítico, as categorias. Neste sentido, a partir da convergência de códigos identificamos 5 categorias, que estão explicitadas no Quadro 4.

**Quadro 4 - Descrição das categorias**

Categories	Nome	Definição
Cat1	Insatisfação com sua jornada de trabalho	Nesta categoria fica exposto que os principais motivos da insatisfação dos colaboradores são com o salário recebido, a falta de educação por parte de alguns clientes, a falta de tempo para se dedicar a vida pessoal e familiar devido ao horário e jornada de trabalho e alguns problemas físicos devido ao trabalho repetitivo.
Cat2	Satisfação com as atividades	Os colaboradores se mostram satisfeitos com o trabalho que executam, e com isso, há possibilidade de crescimento nas organizações. Estão satisfeitos também com a comunicação que há entre eles e os gestores. Os planos corporativos oferecidos pelas organizações são um diferencial importante para os colaboradores assim como o suporte oferecido ao colaborador (a) em caso de contágio de Covid-19.

Cat3	Impactos do trabalho na vida pessoal e familiar	Os impactos sentidos pelos colaboradores na vida pessoal são negativos no sentido de terem que abdicar de participar de eventos sociais e familiares devido a jornada de trabalho. Mas também são positivos no ponto em que permite que os colaboradores tenham a oportunidade de alcançar seus objetivos pessoais devido ao fato de terem um emprego fixo.
Cat4	Perspectiva futura	Os colaboradores reconhecem a possibilidade subir de cargo nas organizações pesquisadas, pois, conhecem o processo de cargo e carreira da instituição que trabalham. Mas, alguns têm uma perspectiva negativa por não acreditarem que serão promovidos.
Cat5	Percepção das medidas de prevenção ao contágio tomadas pela organização	Os colaboradores recebem os EPIs necessários para trabalharem, percebem e explicam perfeitamente quais medidas foram implementadas pelas organizações no período de pandemia de Covid-19, explicam quais suportes a organização oferece em caso de contágio e falam da campanha de orientação e prevenção direcionada para os clientes externos.

Fonte: produzido pelos autores (2020).

Por fim, concebemos que é possível um movimento reflexivo à literatura apresentada nas sessões anteriores. Assim, de forma semelhante ao anterior, passamos a interpretar as categorias à luz de conceitos estudados pela área de Administração de empresas, e as agrupamos de modo que pudéssemos observar dimensões fundadas pelas partes que tem em comum. Neste sentido apresentamos as 2 dimensões que relacionam o contexto empírico e a teoria da qualidade de vida no trabalho.

**Quadro 5 - Descrição das dimensões**

Dimensões	Nome	Definição
Dimensão 1	Satisfação com o trabalho executado e seus recursos.	Visto que a satisfação no ambiente de trabalho gera motivação e bem-estar entre os colaboradores, nesta dimensão ficam os atributos que geram bem-estar aos colaboradores e as medidas tomadas para garantir a saúde dos colaboradores em tempos de pandemia.
Dimensão 2	Insatisfação com atributos do trabalho e salário.	A insatisfação no ambiente de trabalho pode gerar, queda na produtividade, incredulidade com o trabalho feito e impactos negativos na vida familiar e pessoal do colaborador. Portanto esta dimensão tem por objetivo ilustrar em quais categorias são percebidas estas insatisfações.

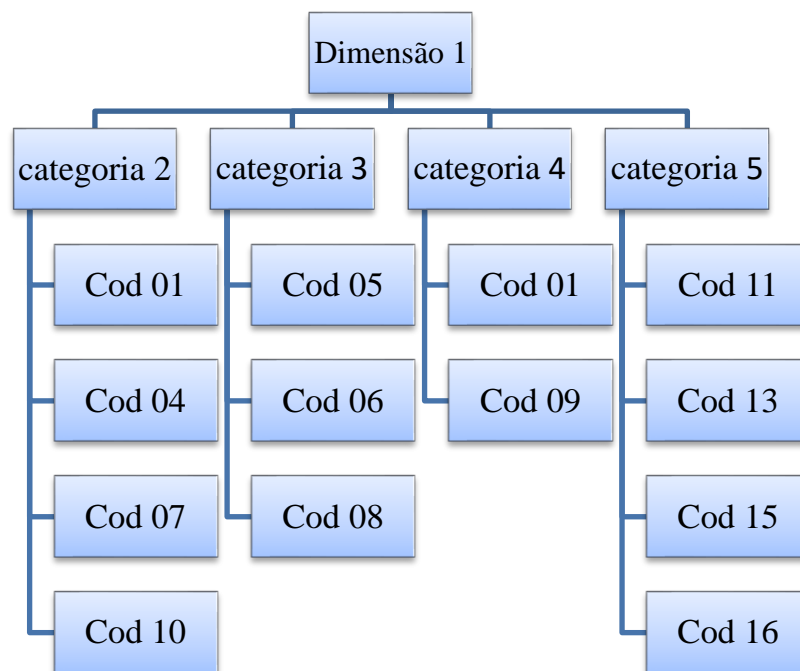
Fonte: produzido pelos autores (2020).

A seguir apresentamos as duas dimensões separadamente de modo a não apenas aprofundar do que se tratam como exemplificar através de trechos do *corpus* de pesquisa.

#### 4.2.1. Satisfação com o trabalho executado e seus recursos

A primeira dimensão trata da satisfação no ambiente de trabalho como um gerador de motivação, contribuindo para um ambiente de trabalho agradável e produtivo, gerando um bem-estar no colaborador. Toma-se também o conhecimento de quais medidas foram adotadas pelas organizações com o objetivo de garantir a segurança dos colaboradores no sentido de minimizar a possibilidade de contágio pelo novo vírus no ambiente de trabalho. Esta dimensão é sustentada por quatro categorias conforme a Figura 1.

Figura 1- Dimensão 1



Fonte: produzido pelos autores (2020).

A **satisfação com sua jornada de trabalho** (Cat2) demonstra que os colaboradores entrevistados estão satisfeitos com o trabalho que executam e percebem que podem ser desenvolvidos nas organizações pelo seu bom trabalho prestado. Afirmam que a comunicação com os gestores é muito boa. Esse aspecto está presente nas seguintes percepções: de que há um processo válido de cargos e carreiras na organização (Cod01), quanto à satisfação com o

trabalho que executa (Cod04) e com a relação positiva e comunicação com líderes (Cod07), bem como nos planos corporativos oferecidos pela organização (Cod10). Tal categoria pode ser exemplificada pelo trecho da entrevista 3, onde foi perguntado a entrevistada se a empresa em que trabalha possui plano de cargos e carreira:

“Há sim claro. É eu mesmo sou uma das pessoas que tive a oportunidade né? Eu trabalhava entrei na empresa como caixa e de caixa fui chamada pra confeitaria, mas assim eles me descobriram por que eu tinha um... eu mostrava sempre a alguém o que eu sabia fazer uns bolinhos em casa, mas eu não tinha é, eu não tinha experiência não, sabia não, fazia em casa uma coisa caseira. Então, quando ela disse você quer uma oportunidade de aprender? por que eu disse que a oportunidade que eu tive foi de aprender, né? E hoje eu continuo aprendendo, mas hoje já sou a confeitaria oficial da empresa” (Entrevista 3, corpus de pesquisa).

A categoria **impactos do trabalho na vida pessoal** (Cat3) nos mostra que o trabalho exercido pelos colaboradores impacta tanto positivamente quanto negativamente na vida pessoal e até familiar desses colaboradores. Mas, será citado neste momento, apenas os pontos positivos reconhecidos pelos entrevistados, os pontos negativos poderão ser vistos mais à frente na segunda dimensão. O impacto positivo percebido foi a oportunidade de realização profissional e pessoal no sentido de alcançarem através do emprego os seus objetivos.

Estes aspectos se fazem presentes nas percepções: dos impactos sentidos pelo (a) colaborador (a) na vida pessoal (cod05), e na influência do trabalho no âmbito familiar (cod06).

Esta categoria é exemplificada pelo trecho da entrevista 5, onde foi perguntado a colaboradora se o trabalho dela oferecia ou tinha alguma relevância em sua vida pessoal:

“E sem contar que é várias coisas que eu consegui já, eh... foram através de emprego, do meu emprego. Graças a Deus! Já conquistei algumas coisas já, depois que eu entrei na empresa e se Deus quiser, eu vou alcançar mais ainda” (Entrevista 5, corpus de pesquisa).

Na categoria **perspectivas futura** (Cat4) fica ilustrado que além dos colaboradores reconhecerem o processo de cargos e carreiras das organizações em que trabalham boa parte desses colaboradores já foram promovidos e acreditam que podem progredir ainda mais na empresa. Entretanto alguns colaboradores não sabem se terão chance de promoção, por algum motivo particular deles.

Estas perspectivas ficam evidenciadas nas categorias: sobre a percepção do processo de cargos e carreira (cod01) e do fato de que o (a) colaborador (a) não é bem informado sobre o seu futuro profissional (cod09).

Como exemplo tem-se o trecho da entrevista 11 foi perguntou-se ao colaborador se a empresa em que trabalha oferecia plano de cargo e carreira aos seus colaboradores:

“Eu tenho um ano de empresa lá e já ganhei a oportunidade com três meses de empresa. Aí não aceitei o cargo e agora com mais de um ano, um ano depois, um



ano e seis meses depois, eu tive outra oportunidade e aceitei, funcionando o seguinte requisito que você atendente [...] vão lhe treinando quando tã de olho em você. Você é um bom atender. Vão lhe treinando pra ser chefe área ou subgerente, cargo pleno Junior. Aí vai lhe treinando que quando tiver uma oportunidade, ele lhe encaixa. É sempre assim. [...]” (Entrevista 11, corpus de pesquisa).

**Na percepção das medidas de prevenção ao Covid-19 praticadas pela organização** (Cat5) Os colaboradores relatam as medidas de proteção tomadas pela organização visando diminuir as chances de contágio, quais EPIs estão sendo utilizados pra prevenir a contaminação e qual suporte a organização fornece aos seus colaboradores, caso sejam contaminados.

Estes aspectos estão presentes nas seguintes percepções: na percepção das medidas de prevenção ao Covid-19 (cod11), no suporte oferecido ao colaborador em caso de contágio (cod13), dos EPI fornecido pela organização (cod15) e da implementação da campanha de prevenção do Covid-19 para clientes (cod16).

Como exemplificação temos o trecho da entrevista 10, quando foi perguntado ao entrevistado se era posto em prática algum procedimento entre os funcionários com o intuito de prevenção de contaminação e propagação do novo vírus:

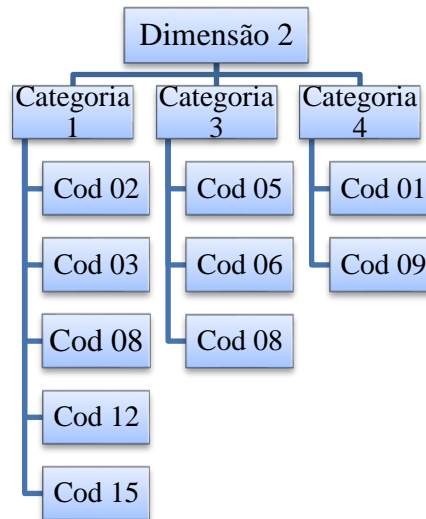
“Sim, como a gente mexe com alimentos e é... e trabalha diretamente com pessoas, eles pedem pra gente trocar a máscara de duas em duas horas, de meia em meia hora lavar as mãos e a todo momento ao passar um cliente no caixa, a gente higieniza o, a bancada do caixa higienizando as mãos com álcool em gel e higieniza a maquininha. Isso tudo pra gente não pegar, não ficar muito vulnerável e, além do mais, eles colocaram a uma placa de acrílico transparente pra o contato com o cliente ser menor ainda” (Entrevista 10, corpus de pesquisa).

#### 4.2.2. *Insatisfação com atributos do trabalho e salário*

Nesta dimensão ficam expostos os atributos do ambiente de trabalho que geram insatisfação nos colaboradores no âmbito pessoal, social e familiar. Tais insatisfações podem gerar diminuição da sua produtividade, que pode ocorrer por alguma doença do trabalho, podendo ser física e até mesmo psicológica ou por desmotivação devido a outros fatores decorrentes da jornada de trabalho, como, por exemplo, a insatisfação com o salário recebido.

Esta dimensão sustenta-se por três categorias que podem ser observadas na Figura 2.

Figura 2 - Dimensão 2



Fonte: produzido pelos autores.

A **insatisfação com a jornada de trabalho** (Cat1) nos revela que embora os colaboradores reconheçam que a sua carga horária está de acordo com as normas trabalhistas eles sentem que impacta negativamente na sua vida social e familiar. Mencionam alguns danos à saúde e insatisfação com o salário recebido, pois, justificam que pelo nível de trabalho que executam mereciam ganhar mais.

Esta categoria se sustenta pelas perspectivas: da insatisfação com o salário (cod02), bem como a insatisfação com a falta de educação de alguns clientes (cos03), com os danos causados pela profissão (cod08), com o acumulo de funções (cod12) e também com a percepção da jornada de trabalho (cod12).

Esta categoria é exemplificada pelo seguinte trecho da entrevista 10 onde foi perguntado se o colaborador considera a remuneração recebida compatível com a função que exerce:

“Em partes, porque lá a gente é um faz tudo, entendeu? Eu sou frente de caixa, mas eu atuo na loja, vou pra padaria, eh faço o administrativo. Aí eu num sou muito de acordo com o que eu recebo não, tá? Eu acho que eu poderia receber mais. Bem mais do que eu recebo” (Entrevista 10, corpus de pesquisa).

Os **impactos do trabalho na vida pessoal e familiar** (Cat3) ilustra que há tantos impactos positivos, já mencionado anteriormente, quanto negativos na vida dos colaboradores. E como ponto negativo é mencionado nas entrevistas o fato de não poderem estar presentes em eventos considerados importantes para eles devido à jornada de trabalho e horário em que trabalham.

Esta categoria sustenta-se pelos seguintes códigos: tanto nos impactos sentidos pelo (a) colaborador (a) na vida pessoal (cod05) quanto na influência do trabalho no âmbito familiar

(cod06). Estes são exemplificados pelo trecho a seguir da entrevista 13, onde foi perguntado à colaboradora se o trabalho atribuía alguma influência seja positiva ou negativa em seu âmbito social e familiar:

“Sim, possui e eu vejo isso como um lado negativo, pelo fato de que consome muito, né? Pelo fato de ser supermercado e acaba que a gente acumula estresse, sono e entre outras coisas e a gente acaba descontando eh... em casa, amigos, aí acaba atrapalhando os estudos” (Entrevista 13, corpus de pesquisa).

As **perspectivas futuras** (Cat4) demonstram também que não existem só perspectivas positivas, mas também algumas negativas. Alguns colaboradores relataram que mesmo sabendo que as organizações possuem o programa de cargos e carreira eles não sentem que serão promovidos.

Esta categoria é sustentada pelos códigos a seguir: na percepção do processo de cargos e carreira (cod01) e do (a) colaborador (a) não é bem informado (a) sobre seu futuro profissional (cod09).

Para exemplificar esta categoria há o trecho da entrevista 14 em que foi perguntado à colaboradora se o seu trabalho oferecia ou tinha alguma relevância em sua vida pessoal:

“Não, pois eu não vejo que no futuro próximo eu possa vim a crescer na empresa, então até agora não” (Entrevista 14, corpus de pesquisa).

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da discussão exposta aqui, considera-se que os colaboradores do setor de supermercado percebem que as organizações onde trabalham não têm modificado as ações que auxiliem na sua qualidade de vida no trabalho. Visando essa realidade, o presente trabalho identificou o nível de satisfação dos colaboradores e suas percepções sobre a QVT dos supermercados da Região metropolitana do Recife, no período de pandemia do Covid-19.

Isso ficou representado na análise quando através de duas dimensões. A primeira trata da satisfação dos colaboradores com o trabalho executado e seus recursos. A segunda compõe a insatisfação desses colaboradores com alguns atributos do trabalho e com o salário pago pelas organizações em que trabalham.

Na primeira dimensão é tratada a satisfação dos colaboradores em relação ao trabalho que executam nas organizações e com os recursos oferecidos por elas como EPIs, planos corporativos, oportunidades de crescimento e boa comunicação dos gestores. Tais pontos vão de encontro com o referencial de QVT citado neste trabalho onde Chiavenato (2015), afirma que a junção desses fatores entre outros geram nos colaboradores equilíbrio e bem-estar.

Já na segunda dimensão é tratado quais atributos causam insatisfação nos colaboradores. Onde os pontos de destaque foram a insatisfação com o salário recebido, insatisfação os impactos negativo do trabalho na vida pessoal e familiar e com possíveis danos à saúde. Deste modo Búrigo (1997) destaca que a QVT busca tornar tolerável as relações de trabalho nas organizações, tendo em vista a produtividade e principalmente da satisfação dos colaboradores no ambiente de trabalho. Mas leva em consideração que os colaboradores muitas vezes passam mais tempo nas empresas do que em casa cuidando de suas atividades diárias, gerando impactos em suas vidas pessoais e familiares.

É interessante perceber que apesar da situação extraordinária de Covid-19, no setor de varejo de alimentos, que é um dos poucos que estão trabalhando, os colaboradores não consideram que isso seja fundamental para a sua qualidade de vida no trabalho. Reforçando a ideia de que as pessoas não se preocupam tanto com a situação da pandemia.

A presente pesquisa, embora limitada especialmente em supermercados, em que os pesquisadores conseguiram alcançar no período de quarentena, traz insights de como os colaboradores por um lado preocupam-se com seu rendimento e por outro se preocupam com a relação que há com seus gestores. Logo, essas pessoas se expõem a situações que normalmente não deveriam estar se expondo, desconsiderando em parte a sua saúde, diante de um emprego.

Como expansão do que foi apresentado aqui, poderia ser aumentado o número de questionários respondidos e entrevistas realizadas, de modo a dar continuidade ao que foi abordado. Outros setores que também estão em funcionamento no período de quarentena podem se beneficiar do que foi discutido neste trabalho.

Nossa pesquisa reforça como esses colaboradores acabam não se importando com sua saúde, colocando como prioridade o sentido de trabalho, de melhorá-lo e garantir tanto o seu emprego como sua renda, dessa forma elas tem essa preocupação como primordial, colocando acima da sua saúde.

Apesar do resultado presente nas entrevistas e nos questionários, e da importância da situação atual da Covid-19 observamos que as respostas foram tímidas ou eles tinham pouco a comentar sobre a situação, o que reforça a falta de informação dessas pessoas, desse setor, onde a informação sobre a situação sanitária atual ainda é pouca.

Desta forma compreendemos que essa pesquisa pode ser ampliada para colaboradores de qualquer setor varejista do Brasil, não só dá região metropolitana do Recife, como também seria válido aumentar o número de entrevistas se fosse possível embora saibamos que exista uma resistência quanto a isso.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- A ANHP - A ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE HOSPITAIS PRIVADOS. **Veja o que se sabe até agora sobre o novo coronavírus chinês.** 2020. Disponível em: <<https://www.anahp.com.br/noticias/noticias-do-mercado/veja-o-que-se-sabe-ate-agora-sobre-o-novo-coronavirus-chines/>>. Acesso em: 7 maio 2020.
- AGÊNCIA BRASIL. **Veja as medidas que cada estado está adorando para combater a Covid-19.** 2020. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2020-03/veja-medidas-que-cada-estado-esta-adotando-para-combater-covid-19>>. Acesso em: 9 maio 2020.
- AKETCH, J. R., Odera, O., Chepkuto, P., & Okaka, O. **Effects of quality of work life on job performance: Theoretical perspectives and literature review.** 2012 Current Research Journal of Social Science, 4(5), 383–388.
- ANDRADE, R. M. **Qualidade de vida no trabalho dos colaboradores da empresa Farben S/A indústria química.** Monografia, 52 f (Pós-graduação em gestão empresarial) – Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma, 2012.
- ANGRAD. Associação Nacional dos Cursos de Graduação em Administração. **Qualidade de Vida no Trabalho e Qualidade de Vida: uma proposta integradora.** 2012.
- BARBOSA, Robson Fernandes et al. **As transformações do trabalho e seu impacto na QVT.** In: XXIX Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 2009, Salvador, BA.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo.** São Paulo: Edições 70, v.3 n.1, abr. 2016.
- BARKI, E.; BOTELHO, D.; PARENTE, J. G. Varejo: desafios e oportunidades em mercados emergentes. **Revista de Administração de Empresas**, v. 53, n. 6, p. 534-538, 2013.
- BARTH, Célia Amaral Souza Marengo. **O comportamento do consumidor na compra no varejo eletrônico.** 2004. 187 f. Tese (Doutorado em Administração) - Escola de Administração de empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2004.
- BATISTA, Daniella Cynthia Almeida. **Greve nos serviços essenciais: Breve análise comparada entre Brasil e Portugal.** 2015. 150 f. Dissertação (Mestrado em Direito) - Faculdade de Direito, Universidade de Coimbra, Coimbra, 2015.
- BBC - BRITISH BROADCASTING CORPORATION. **A misteriosa pneumonia que preocupa a China.** 2020. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-51013748>>. Acesso em: 7 maio 2020.

- BBC - BRITISH BROADCASTING CORPORATION. **O que é a pandemia e o que muda com declaração da OMS sobre o novo coronavírus.** 2020. Disponível em: <[www.bbc.com/portuguese/geral-51363153](http://www.bbc.com/portuguese/geral-51363153)>. Acesso em: 8 abr. 2020.
- BEZERRA, Anailson Caetano; DINIZ, Hilda Roberta Pereira Lima. Qualidade de vida no trabalho no setor industrial. **Revista Multidisciplinar e de Psicologia**, Ceará: Id on Line, v. 13, n. 48, p. 609-621, dez. 2019. ISSN 19811179
- BONFANTE, J. G.; OLIVEIRA, L. M.; NARDI, A. O Impacto da Qualidade de Vida no Trabalho Sobre a Produtividade. Centro Universitário UNISEB - **Revista Científica Eletrônica**, Ribeirão Preto, v.6, n.6, P. 114-129., 2015
- BONI, Valdete; QUARESMA, Silvia Jurema. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em ciências sociais. **Revista eletrônica dos pós-graduandos em sociologia política da UFSC**, Florianópolis-SC, v.2, n.1, p.68-80, janeiro-julho. 2005.
- BORGES, Admir Roberto et al. Da degustação ao Tryvertising: A evolução da mídia PDV. In: XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2010, Rio Grande do Sul. **Anais**. Caxias do Sul: Intercom- Sociedade brasileira de estudos interdisciplinares da comunicação, 2010, p. 1-15
- BÚRIGO, C. C. D. **Qualidade de vida no trabalho**. Revista de ciências humanas, v. 15, n.22, 1997.
- CAMPOS, C. J. G. Métodos de análise de conteúdo:ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde. Brasília: **Revista Brasileira de Enfermagem**, v. 57, n.5, set./out. 2004.
- CAMPOS, D. F.; NÓBREGA, K. C. Dimensões e fatores essenciais do serviço fast food. **Revista de Economia e Administração**, v. 12, n. 1, p. 32-55, 2013.
- CARVALHO, J.; MARTINS, É.; LÚCIO, L.; PAPANDREA, P. **Qualidade de vida no trabalho e fatores motivacionais dos colaboradores nas organizações**. Educação em Foco, v.1, n.6, p.21-31, 2013
- CASTRO, I. A. **Qualidade de vida no trabalho e a produtividade**. In: Congresso Nacional de Excelência em Gestão. Rio de Janeiro: CNEG, 2018, p. 1-16.
- CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas: O novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 4.ed. Barueri: Manole Ltda,2014. 512 p.
- CHIAVENATO, I. **Recursos Humanos: O capital humano das organizações**. 9. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009. P.498.
- CHURCHILL, G. A.; PETER J. P. **Marketing: criando valor para os clientes**. São Paulo: Atlas 1996.

CLARO, José Alberto Carvalho dos Santos et al. **Marketing de varejo: como supermercados de pequeno porte conquistam clientes em bairros de Santos**. EGESTA, São Paulo, v. 5, n. 4, p. 1-50, dez. 2009.

DELAGNELO, E. H. L.; SILVA, R. C. **Análise de conteúdo e sua aplicação em pesquisa na administração**. In. Pesquisa Qualitativa em Administração: Teoria E Prática. (2005) São Paulo: FGV, 2005, P.97-118.

DIAS, Ernandes Gonçalves et al. Qualidade de vida no trabalho dos profissionais da saúde de uma Unidade Básica de Saúde. **Revista Cubana de Enfermería**, [S.l.], v. 32, n. 4, dic. 2016. ISSN 1561-2961. Disponível em: <<http://www.revenfermeria.sld.cu/index.php/enf/article/view/1075/220>>. Acesso em 15, mai. 2020

DINO. **Empresas de alimentos apostam em crescimento para segundo semestre**. 2020. Disponível em: <<https://www.mundodomarketing.com.br/noticias-corporativas/conteudo/235281/empresas-de-alimentos-apostam-em-crescimento-para-segundo-semester>>. Acesso em: 9 maio 2020.

DIRETO NET. **Serviço público essencial**. 2014. Disponível em: <<https://www.diretonet.com.br/dicionario/exibir/1285/Servico-publico-essencial>>. Acesso em: 19 maio 2020.

DUARTE, R. **Entrevistas em pesquisas qualitativas**. Educar, Curitiba, n24, p.213-225, 2004.

DUNNE P.; LUSCH R. F. **Retailing**. 3.ed, EUA: Dryden Press, 1999.

EL PAÍS. **Últimas notícias sobre o coronavírus no mundo e a crise política no Brasil**. 2020. Disponível em: <<https://brasil.elpais.com/brasil/2020-05-20/ao-vivo-ultimas-noticiais-sobre-o-coronavirus-no-mundo-e-a-crise-politica-no-brasil.html>>. Acesso em: 10 abr. 2020.

EXAME. **China tem primeiro dia sem mortes desde o início da pandemia de covid-19**. 2020. Disponível em: <[exame.abril.com/mundo/china-nao-registra-mortes-por-coronavirus-nas-ultimas-24-horas/](http://exame.abril.com/mundo/china-nao-registra-mortes-por-coronavirus-nas-ultimas-24-horas/)>. Acesso em: 8 abr. 2020.

EXTRA GLOBO. **Vendas no varejo e produção fabril nós EUA afundam com economia abalada por coronavirus**. 2020. Disponível em: <<https://extra.globo.com/noticias/economia/vendas-no-varejo-producao-fabril-nos-eua-afundam-com-economia-abalada-por-coronavirus-24373367.html>>. Acesso em: 18 maio 2020.

FAUSTO, B. **História do Brasil**. 6 ed. São Paulo: Edusp, 1998.

FERNANDES, Camila. **Qualidade de vida no trabalho: fator decisivo no desempenho organizacional**. 2008. Disponível em: <<https://administradores.com.br/artigos/qualidade-de-vida-no-trabalho-fator-decisivo-no-desempenho-organizacional>>. Acesso em: 11 maio 2020.

FERNANDES, E.; BECKER, J. L. Qualidade de vida no trabalho (QVT): a realidade dos CPD's. In: Reunião Anual da Associação Nacional de Pós-graduação em Administração, 12, 1988, Belo Horizonte. **Anais**. Belo Horizonte: ANPAD, 1988, p.1775-1792.

FERRARI, Andrés; CUNHA, André Moreira. **A pandemia de covid-19 e o isolamento social: saúde versus economia**. 2020. Disponível em: <<https://www.ufrgs.br/coronavirus/base/artigo-a-pandemia-de-covid-19-e-o-isolamento-social-saude-versus-economia/>>. Acesso em: 9 maio 2020.

FERREIRA, Luana. **Mercado varejista: 6 características importantes sobre o assunto**. 2019. Disponível em: <<https://listenx.com.br/blog/mercado-varejista>>. Acesso em: 18 maio 2020.

FERREIRA, M. C.; ALVES, L.; TOSTES, N. **Gestão de qualidade de vida no trabalho (QVT) no serviço público federal: o descompasso entre problemas e práticas gerenciais**. Psicologia: Teoria e Pesquisa, v. 25, n. 3, p. 319-327, 2009.

FILHO, Tarcísio Marciano da Rocha. O conhecimento científico como instrumento central na tomada de decisão administração pública – sobre a pandemia de COVID-19 no Brasil. **Revista NAU Social**, v.11, n.20, p.185-189, maio/out. 2020

FLICK, U. **Introdução à metodologia de pesquisa: um guia para iniciantes**. Porto Alegre: Penso, 2013, p.256.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. São Paulo: Artmed. 2009.

FREITAS, André Ricardo Ribas; NAPIMOGA, Marcelo; DONALISIO, Maria Rita. **Análise da gravidade da pandemia de covid-19**. Brasília: Epidemiologia e Serviços de saúde, v. 29, n. 2, p. 1-5, abr. 2020. ISSN 2237-9622. Disponível em: <<https://doi.org/10.5123/s1679-49742020000200008>>. Acesso em: 9 maio 2020.

FURTADO, C. **Formação econômica do Brasil**. 18 ed. São Paulo: Editora Nacional, 1982.

G1. **Investigação aponta que 1ª morte por coronavírus no Brasil ocorreu em janeiro, diz ministério**. 2020. Disponível em: <[g1.globo.com/bem-estar/coronavirus/noticia/2020/04/02/ministerio-da-saude-diz-que-primeiro-caso-de-coronavirus-no-brasil-foi-identificado-no-fim-de-janeiro.ghtml](https://g1.globo.com/bem-estar/coronavirus/noticia/2020/04/02/ministerio-da-saude-diz-que-primeiro-caso-de-coronavirus-no-brasil-foi-identificado-no-fim-de-janeiro.ghtml)>. Acesso em: 10 abr. 2020.

G1. **Qual é a origem do novo coronavírus?** 2020. Disponível em: <[g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/02/27/qual-e-a-origem-do-novo-coronavirus.ghtml](https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/02/27/qual-e-a-origem-do-novo-coronavirus.ghtml)>. Acesso em: 28 abr. 2020.

GIL, Antônio Carlos. **Gestão de pessoas: enfoque nos papéis estratégicos**. 2. ed. São Paulo: atlas, 2016

GIULIANI, A.C. **Marketing em um ambiente globalizado**. Cobra: São Paulo, 2003, 287p.



GOMES, Isaltina Maria de Azevedo Mello; FERRAZ, Luiz Marcelo Robalinho. **Ameaça e controle da gripe a(h1n1): uma análise discursiva de Veja, IstoÉ e Época**, São Paulo: Saúde Soc., v. 21, n. 2, p.302-313, mar. 2012.

GONÇALVES, F. N. et.al. **Importância da qualidade de vida no trabalho e sua influência nas relações humanas**. Anuário de produções acadêmico-científicas dos discentes da faculdade Araguaia, n.2, p.61-77, 2012.

GONZATTO et al. Mudanças de comportamento, na economia e no trabalho: como as epidemias transformam o mundo. **GaúchaZN**, p.3, 20 mar 2020.

GOUVEIA, Fágner Sousa et al. O marketing e sua importância para o varejo. **Revista Científica do ITPAC**, Tocantins, v. 4, n. 1, p. 1-12, jan. 2011. Trimestral. ISSN 19836708

GRUPO FATOS. **Afinal, como se deu a evolução do varejo?**. 2018. Disponível em: <<https://blog.grupofatos.com.br/afinal-como-se-deu-a-evolucao-do-varejo>>. Acesso em: 18 maio 2020.

GÜNTHER, Hartmut. Pesquisa qualitativa versus pesquisa quantitativa: Esta é a questão? **Psicologia: Teoria e Pesquisa**, Brasília, v.22, n. 2, p. 201-210, mais/ago.2006.

HAGUETTE, Teresa Maria Frota. **Metodologias qualitativas na Sociologia**. 5a edição. Petrópolis: Vozes, 1997.

HARVEY, D. **A condição pós-moderna**. Rio de Janeiro: Loyola, 1992, 345p.

IBGE. **Pesquisa Anual de Comércio: principais resultados**. Disponível em:<https://ibge.gov.br/estatisticas/economicas/comercio/9075-pesquisa-anual-de-comercio.html?=&t=destaques>>. Acesso em: 18 abr. 2020.

JABOR, Priscila de Souza Alvarenga et al. **Qualidade de vida no trabalho nas empresas varejistas**, Rio de Janeiro: perspectiva online, v. 3, n. 12, jan. 2009.

JORNAL DO COMÉRCIO. **Coronavírus: Covid-19 obriga e-commerce a lidar com mais pedidos**. 2020. Disponível em:

<[www.jornaldocomercio.com/\\_conteudo/especiais/coronavirus/2020/03/730397-covid-19-obriga-e-commerce-a-lidar-com-mais-pedidos.html](http://www.jornaldocomercio.com/_conteudo/especiais/coronavirus/2020/03/730397-covid-19-obriga-e-commerce-a-lidar-com-mais-pedidos.html)>. Acesso em: 10 abr. 2020. CUNHA, L.

**Solteiros compram mais em farmácias**. São Paulo: Valor Econômico, 06 de fev. de 2009

JORNAL ESTADO DE MINAS. **As grandes epidemias que já surgiram na China**. 2020.

Disponível em:

<[https://www.em.com.br/app/noticia/internacional/2020/01/22/interna\\_internacional,1116096/as-grandes-epidemias-que-ja-surgiram-na-china.shtml](https://www.em.com.br/app/noticia/internacional/2020/01/22/interna_internacional,1116096/as-grandes-epidemias-que-ja-surgiram-na-china.shtml)>. Acesso em: 7 maio 2020.

KOTLER, P. **Administração de Marketing**. 10.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KOTLER, P. **Marketing para o século XXI: como criar, conquistar e dominar mercados**.

Futura, 2000.

LEPSCH, S. L. **Estratégia para o varejo**. São Paulo: III SemeAD, 1998.

LEVY, Paulo Mansur. **Economia mundial**. CARTA DE CONJUNTURA, Brasília: IPEA, n. 47, p. 1-19, abr. 2020. Disponível em: <[https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/conjuntura/200430\\_cc47\\_economia\\_mundial.pdf](https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/conjuntura/200430_cc47_economia_mundial.pdf)>. Acesso em: 18 maio 2020.

LIMONGI-FRANÇA, A. C. **As pessoas na organização**. São Paulo: Gente, 2002.

MACHADO, A. A. **Infecção pelo vírus influenza A (H1N1) de origem suína: como reconhecer, diagnosticar e prevenir**. [S.I]: Jornal Brasileiro de Pneumologia, v.35, n.5, maio 2009.

MACHADO, Ana Cláudia Morrissy; DESIDERI Piero Eugenio dos Santos. **A abordagem sociotécnica como uma forma alternativa de organizar o trabalho**, Rio de Janeiro, 2017

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, v.5, 2003.

MARTINHO, Gabriel Basdetti. **Melhoria de processos em empresas do setor de varejo no Brasil: estudo de casos**. 2011. 132 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia) - Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

MARTINS, J. C. L. Pandemia COVID-19. **Gazeta médica**, v.7 p.1, 31 mar 2020.

MASSOLA, M. F.; CALDERARI, P. **Qualidade de vida no trabalho**. Lins: III Encontro e Simpósio de Educação Unisalesiano. 17-21 out. 2011.

MATTAR, Frauze Najib. **Administração de varejo**. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda, 2011.

MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à Administração**. São Paulo: Atlas, v.5, 2000.

MAZUI, Guilherme; G1. **Temer assina decreto que reconhece supermercado como atividade essencial**. 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/temer-assina-decreto-que-reconhece-supermercado-como-atividade-essencial.ghtml>>. Acesso em: 18 maio 2020.

MDCI. **Crescem exportações de micro e pequenas empresas**. 2017. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/index.php/component/content/article?id=2760>>. Acesso em: 16 junho 2020.

MEDEIROS, Anderson Araújo de. A importância constitucional do direito do consumidor e a sua relação com a prestação de serviços públicos. **FIDES**, Natal-RN, v. 8, n. 1, p. 1-16, abr. 2016. Semestral.

- MEDEIROS, Elisa Girardi. **Análise da qualidade de vida no trabalho: um estudo de caso na área da construção civil**. 2002. 138 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Escola de administração, Universidade federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre,2002.
- MENDES, Lorayne Luzzia de Deus. **Qualidade de vida no trabalho na área comercial**. 2018. 29 f. Monografia (Especialização em Gestão de talento e comportamento humano) - Universidade federal do Paraná, Curitiba,2018
- MOMEZZO, M. C. **A greve em serviços essenciais e a atuação do Ministério Público do trabalho**. São Paulo, Pontifícia Universidade Católica, 2007.
- MORETTI, S. **Qualidade de vida no trabalho x auto realização humana**, Blumenau, 2012
- MOZZATO, A. R.; GRZYBOVSKI, D. **Análise de conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da administração: potencial e desafios**. Curitiba: Revista de administração contemporânea v.15 n.4 jul./ago. 2011. ISSN 1415-6555.
- NASCIMENTO, A. M. **Comentário à Lei de Greve**. São Paulo: LTR, 1989.
- NORO, Greice de Bem et al. O comportamento dos consumidores Formigueirenses e relação ao elemento do composto de varejo adotado pelos supermercados de Formigueiro-RS. In: Simpósio de Excelência em Gestão de Tecnologia, 9., 2012, Rio Grande do Sul. **Anais**. Formigueiro: SEGeT, 2012, p. 1-18
- OKUBO, Beatriz. **Coronavírus: impacto no marketing digital e na economia mundial**. 2020. Disponível em: <<https://www.agenciamestre.com/marketing-digital/impacto-do-coronavirus-na-economia-mundial>>. Acesso em: 18 maio 2020.
- OLIVEIRA, C. L. **Um apanhado teórico-conceitual sobre a pesquisa qualitativa: tipos, técnicas e características**. Revista Travessias: educação, cultura e arte. 2009;2(3):1-16.
- OLIVEIRA, J. **QVT-Pequenas Empresas: Práticas de Gestão**. 2018. Disponível em:<[HTTPS://administradores.com.br/artigos/qvt-pequenas-empresas-praticas-de-gestao](https://administradores.com.br/artigos/qvt-pequenas-empresas-praticas-de-gestao)>. Acesso em: 28 fev.2020.
- OLIVEIRA, Regina Carvalho de. **Qualidade de vida no trabalho: fatores de bem-estar e mal-estar em uma autarquia federal**. 2014. 77 f. Monografia (Especialização em Gestão de pessoas no serviço público) - Escola nacional de administração pública, Brasília,2014.
- PARENTE, J. **Varejo no Brasil: gestão e estratégia**. São Paulo: Atlas, 2000.Petrópolis: Vozes, 1994.
- PEREIRA, Francis José. **A influência das grandes redes varejistas no comércio e na cidade: um estudo de caso sobre Vitória da Conquista**. 2013. 313 f. Tese (Doutorado em Planificacion Territorial y Gestion ambiental) - Geografia humana, Universitat de Barcelona, Barcelona,2013.

PEREIRA, Gessika Fernanda dos Santos; VASCONCELOS, Raiany Alves de. **A importância da qualidade de vida no trabalho para as organizações.**2018

PINTO, Michele Nakagami Braule. **A Importância da Qualidade de Vida no Trabalho Para o Bem Estar do Colaborador.** Psicologado, [S.l.]. 2015. Disponível em <<https://psicologado.com.br/atuacao/psicologia-organizacional/a-importancia-da-qualidade-de-vida-no-trabalho-para-o-bem-estar-do-colaborador>> . Acesso em 11 Mai 2020

PLANALTO. **Planalto lança página com lista de serviços essenciais que não podem parar.** 2020. Disponível em: <[www.gov.br/planalto/pt-br/acompanhe-o-planalto/noticias/2020/03/planalto-lanca-pagina-com-lista-de-servicos-essenciais-que-nao-podem-parar](http://www.gov.br/planalto/pt-br/acompanhe-o-planalto/noticias/2020/03/planalto-lanca-pagina-com-lista-de-servicos-essenciais-que-nao-podem-parar)>. Acesso em: 17 abr. 2020.

PORTAL DO GOVERNO BRASILEIRO. **Serviços essenciais - Covid-19.** 2020. Disponível em: <[www4.planalto.gov.br/legislacao/imagens/servicos-essenciais-covid-19](http://www4.planalto.gov.br/legislacao/imagens/servicos-essenciais-covid-19)>. Acesso em: 19 abr. 2020.

QUIRINO, T. R.; XAVIER, O. S. Qualidade de vida no trabalho de organização de pesquisa. In: **Revista de Administração**, São Paulo: USP, v.22, p.71-82, Janimar, 1987.

RIBEIRO, L. A.; SANTANA, L. C. **Qualidade de vida no trabalho:** fator decisivo para o sucesso organizacional, Salvador: RIC Cairu, v.2, n.2, jun. 2015. P.75-96. ISSN 22581166.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social:** métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 1999.

ROCHA, Lenilson Olinto et al. **Qualidade de vida no trabalho: um termo multiconceitual e dinâmico.** In: XXXVII Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 2017, Santa Catarina. Joinville: ABEPRO, 2017, p. 1-28

ROCHA, R. F. **A qualidade de vida no trabalho em pequenas empresas:** a mensuração rumo à melhoria – O caso agromídia software LTDA. 2007. 136 f. Monografia (Graduação em Secretariado Executivo Trilíngue) – Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, 2007.

RODRIGUES, M. V. C. **Qualidade de vida no trabalho:** evolução e análise no nível gerencial.

SAMPAIO, Jäder dos Reis. Qualidade de vida no trabalho: perspectivas e desafios atuais, Minhas Gerais: **Revista Psicologia: Organizações e trabalho**, v. 12, n. 1, p. 1-16, jan. 2012. ISSN 19846657.

SANTOS, Djenifer Francis Amaral dos. **Qualidade de vida no trabalho: um estudo sobre a percepção dos funcionários do centro estadual de ensino fundamental Tucunduva.** 2012. 80 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - UNIJUÍ- Universidade Regional do Nordeste do Estado do Rio Grande do Sul, Santa Rosa - RS,2012

- SCHMIDT, Denise Rodrigues Costa et al. **Qualidade de vida no trabalho: avaliação da produção científica na enfermagem brasileira**. Acta Paulista e Enfermagem, São Paulo, v. 21, n. 2, p. 1-8, jan. 2008. ISSN 19820194
- SENHORAS, E. M. **Coronavírus e o papel das pandemias na história humana**. Boa Vista: Boletim de conjunturas v.1, n.2, 2020.
- SILVA, A. J. H. **Metodologia de pesquisa: conceitos gerais**. Paraná: Unicentro, 2014.
- SILVA, Ana Carolina Cozza Josende al el. **Um estudo sobre a qualidade de vida no trabalho e os fatores associados**, Florianópolis-SC: IJIE- Iberoamerican Journal of Industrial Engineering, v. 7, n. 14. 2018
- SILVA, F. C. et al. **Qualidade de Vida no Trabalho: um estudo em uma rede supermercadista**. Revista Eletrônica de Administração, Franca, v. 15, n. 1, jan./jun., 2016. Disponível em: <<http://periodicos.unifacef.com.br/index.php/rea/article/view/1074>>. Acesso em: 9maio. 2020.
- SILVA, H.C. **Opapel dos supermercados e hipermercados nas relações entre cidade, comércio e consumo**. Geografia: Rio Claro, v.30, n.3, p.610-625, set./dez. 2005.
- SILVA, R. O. da. **Teorias da Administração**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.
- SILVA, Andressa Henning; FOSSÁ, Maria Ivete Trevisan. Análise de conteúdo: exemplo de aplicação da técnica para análise de dados qualitativos. **Qualit@s Revista Eletrônica**, Brasília, v. 17, n.1, p. 1-14, 2015.
- SOUSA, J. E. et al. **Análise da Qualidade de Vida no Trabalho e satisfação dos funcionários de uma empresa prestador de serviços**. Revista GEINTEC, v. 4, n. 03, 2014. p. 1035-1045.
- SOUZA, Larissa Cristina de; SILVA, Jerson Joaquim da. Qualidade de vida no trabalho: diferencial na saúde do trabalhador. In: ETIC- Encontro De Iniciação Científica, 2019, Rio de Janeiro. 2019, p. 1-10.
- SOUZA, M. G. **O presente e o futuro do varejo**. 1.ed. São Paulo: Saraiva, 2007.
- SPINA, Mariana Ferreira. O princípio da continuidade dos serviços públicos. **Revista Da Faculdade de Direito de Uberlândia**, v. 38, p. 275-320, jan. 2010.
- STAVALE, Alessandro Carne; ZAMBONE, Alessandra Maria Sabatine. A ilegalidade na interrupção dos serviços essenciais de água e energia elétrica. **Revista do Curso de Direito**, v. 7, n. 7, p. 1-32, jan. 2010.
- TELESSAUDE. **Qual a diferença entre surto, epidemia, pandemia e endemia?** [2020?]. Disponível em: <[telessaude.unifesp.br/index.php/dno/redes-sociais/159-qual-e-a-diferenca-entre-surto-epidemia-pandemia-e-endemia](http://telessaude.unifesp.br/index.php/dno/redes-sociais/159-qual-e-a-diferenca-entre-surto-epidemia-pandemia-e-endemia)>. Acesso em: 19 abr. 2020.

THE CAP. **Impacto do coronavírus na economia brasileira.** 2020. Disponível em: <<https://comoinvestir.thecap.com.br/impacto-coronavirus-na-economia-brasileira>>. Acesso em: 18 maio 2020.

VARGAS, Heliana Comin. **O comércio e os serviços varejistas: principais agentes e sua inserção urbana.** Revista Geousp Espaço e Tempo, São Paulo, p. 1-16, dez. 2000.

VAROTO, L. F. **História do varejo.** [S.I.]: Revista GV-Executivo. FGV-EAESP, v.5, n.1, 2006, p.86–90.

VAROTTO, L. F.; **História do Varejo.** [S.I.]: Ponto de Vista, v.5, n1, p.86 -90, fev./abr., 2006.

VASCONCELOS, A. F. **Qualidade de vida no trabalho: origem, evolução e perspectivas.** [S.I.]: Caderno de Pesquisas em Administração, v. 8, n. 1, p. 23-35, 2001.

VEJA. **Como a Itália se tornou o segundo país mais afetado pelo coronavírus.** 2020. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/mundo/como-a-italia-se-tornou-o-segundo-pais-mais-afetado-pelo-coronavirus/>>. Acesso em: 9 maio 2020.

WAINER, J. **Métodos de pesquisa quantitativa e qualitativa para a ciência da computação.** In: Tomas Kowaltowski ; Karin Breitman. (Org.). Atualização em informática 2007.: Sociedade Brasileira de Computação e Editora PUC rio, 2007, p. 221-262.

WU, Di et al. **The Sars- Cov-2 outbreak what we know.** International journal of infections Diseases, mar. 2020

ZANARDI, Eduardo. **Qualidade de vida no trabalho e comprometimento organizacional em uma empresa do setor varejista.** 2016. 77 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de produção) - Departamento de pós-graduação em engenharia de produção, Universidade tecnológica federal do Paraná, Ponta Grossa,2016.

ZEITHAML, V.; BITNER, M. J. **Marketing de serviços: a empresa com foco no cliente.** Porto Alegre: Bookman, v. 2, 2003.

## **APÊNDICE A – MODELO DO QUESTIONÁRIO:**

Sexo:

- Masculino
- Feminino
- Prefiro não responder

Nome da Empresa: \_\_\_\_\_

Bairro em que a empresa está localizada: \_\_\_\_\_

Setor em que trabalha: \_\_\_\_\_

Cargo que ocupa na empresa: \_\_\_\_\_

1. Como você avalia a sua dificuldade em exercer as suas atividades do dia-a-dia?

Insatisfação total

Satisfação total

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

2. Você acha que trabalha em um ambiente seguro?

Insatisfação total

Satisfação total

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

3. Como você avalia os problemas com transporte?

Insatisfação total

Satisfação total

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

4. Como você é capaz de desenvolver as suas atividades diárias?

Insatisfação total

Satisfação total

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

5. Como você avalia as oportunidades de lazer?

Insatisfação total

Satisfação total

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

6. Qual o seu nível de satisfação com a qualidade de vida?

Insatisfação total

Satisfação total

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

7. Como você avalia a capacidade de você tomar decisões?

Insatisfação total

Satisfação total

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

8. Como você avalia a sua preocupação com os desconfortos no trabalho?

Insatisfação total

Satisfação total

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

9. Qual o seu nível de satisfação da sua carga de horário de trabalho diário?

Insatisfação total

Satisfação total

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

10. Qual seu nível de satisfação quanto a sua liberdade em sugerir novas ideias para a empresa?

Insatisfação total

Satisfação total

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

11. Qual seu nível de motivação para trabalhar?

Insatisfação total

Satisfação total

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

12. Qual seu nível de satisfação quanto a privacidade pessoal no seu trabalho?

Insatisfação total

Satisfação total

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

13. Qual seu nível de satisfação com a identificação com a atividade que está sendo exercida?

Insatisfação total

Satisfação total

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

14. Qual seu nível de satisfação com a sua relação com seus superiores?

Insatisfação total

Satisfação total

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

15. Em que nível o barulho no ambiente de trabalho lhe incomoda?

Insatisfação total

Satisfação total

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

16. Qual o seu nível de satisfação com a limpeza e higienização do seu local de trabalho?



Insatisfação total

Satisfação total

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

17. Qual o seu nível de satisfação com a quantidade de clientes que estão circulando no seu ambiente de trabalho?

Insatisfação total

Satisfação total

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

18. Qual o seu nível de satisfação com as medidas de proteção adotadas pela empresa durante o período de pandemia?

Insatisfação total

Satisfação total

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

19. Como você se sente em relação a manutenção do seu emprego, caso você adoença?

Insatisfação total

Satisfação total

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

20. Você se dispõe a participar de uma entrevista por WhatsApp para completar suas respostas, em um outro momento?

- Sim
- Não

21. Em caso afirmativo na pergunta anterior, deixe aqui o seu WhatsApp para contato:

---

## APÊNDICE B – MODELO DA ENTREVISTA

Nome:

Idade:

Sexo:

Escolaridade:

Cargo/Função:

Quanto tempo na empresa:

Quanto tempo na função:

1. A empresa oferece planos de cargos e carreiras para seus colaboradores?
2. Você considera a remuneração recebida compatível com a função que exerce?
3. Seu trabalho oferece ou tem alguma relevância em sua vida pessoal? Se sim, quais são?
4. Seu trabalho atribui alguma influência seja positiva ou negativa em seu âmbito social e familiar? Se sim, especifique.
5. Quais as considerações você pode fazer relativo à comunicação entre gestores e colaboradores.
6. Algum atributo do ambiente de trabalho pode prejudicar a sua saúde? Já sente alguns danos causado por isso?
7. Considera a jornada de trabalho justa? Corresponde com a jornada de trabalho definida nas normas trabalhistas?
8. A empresa oferece algum plano corporativo que proporcionam segurança e bem-estar no ambiente profissional?
9. Quais as precauções tomadas pela organização em prol a segurança de seus funcionários diante a crítica situação do covid-19?
10. Atua-se algum procedimento entre os funcionários com o intuito de prevenção de contaminação e propagação do novo vírus?
11. Quais os principais EPIs (Equipamento de Proteção Individual) fornecidos pela organização e quais as suas utilidades?

12. Há alguma campanha interna para advertir os cuidados e prevenção aos clientes e consumidores externos?

13. A organização predefine algum suporte caso o colaborador seja contaminado? Se sim, explique.

## **ANEXOS**

### **Anexo A -Lista de serviços classificados como essenciais**

I - Assistência à saúde, incluídos os serviços médicos e hospitalares;

II - Assistência social e atendimento à população em estado de vulnerabilidade;

III - atividades de segurança pública e privada, incluídas a vigilância, a guarda e a custódia de presos;

IV - Atividades de defesa nacional e de defesa civil;

V - Transporte intermunicipal, interestadual e internacional de passageiros e o transporte de passageiros por táxi ou aplicativo, sendo que a restrição temporária e excepcional de locomoção interestadual e intermunicipal deve ser embasada em fundamentação técnica da Anvisa;

VI - Telecomunicações e internet;

VII - Serviço de call center;

VIII - Captação, tratamento e distribuição de água;

IX - Captação e tratamento de esgoto e lixo;

X - Geração, transmissão e distribuição de energia elétrica e de gás;

XI - iluminação pública;

XII - Produção, distribuição, comercialização e entrega, realizadas presencialmente ou por meio do comércio eletrônico, de produtos de saúde, higiene, alimentos e bebidas;

XIII - Serviços funerários;

XIV - Guarda, uso e controle de substâncias radioativas, de equipamentos e de materiais nucleares;

XV - Vigilância e certificações sanitárias e fitossanitárias;

XVI - Prevenção, controle e erradicação de pragas dos vegetais e de doença dos animais;

XVII - Inspeção de alimentos, produtos e derivados de origem animal e vegetal;

XVIII - Vigilância agropecuária internacional;

XIX - Controle de tráfego aéreo, aquático ou terrestre;

XX - Compensação bancária, redes de cartões de crédito e débito, caixas bancários eletrônicos e outros serviços não presenciais de instituições financeiras;

- XXI - Serviços postais;
- XXII - Transporte e entrega de cargas em geral;
- XXIII - Serviço relacionados à tecnologia da informação e de processamento de dados (data center) para suporte de outras atividades previstas;
- XXIV - Fiscalização tributária e aduaneira;
- XXV - Transporte de numerário;
- XXVI - Fiscalização ambiental;
- XXVII - Produção, distribuição e comercialização de petróleo, combustíveis e derivados;
- XXVIII - Monitoramento de construções e barragens que possam acarretar risco à segurança;
- XXIX - Levantamento e análise de dados geológicos com vistas à garantia da segurança coletiva, notadamente por meio de alerta de riscos naturais e de cheias e inundações;
- XXX - Mercado de capitais e seguros;
- XXXI - Cuidados com animais em cativeiro;
- XXXII - Atividade de assessoramento em resposta às demandas que continuem em andamento e às urgentes;
- XXXIII - Atividades médico-periciais relacionadas com o regime geral de previdência social e assistência social;
- XXXIV - Atividades médico-periciais relacionadas com a caracterização do impedimento físico, mental, intelectual ou sensorial da pessoa com deficiência, por meio da integração de equipes multiprofissionais e interdisciplinares, para fins de reconhecimento de direitos previstos em lei, em especial na Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015 - Estatuto da Pessoa com Deficiência;
- XXXV - Outras prestações médico-periciais da carreira de Perito Médico Federal indispensáveis ao atendimento das necessidades inadiáveis da comunidade;
- XXXVI - Imprensa, incluindo radiodifusão sonora, de sons e imagens, internet, jornais e revistas, entre outros, sendo vedada a restrição à circulação de trabalhadores que possam afetar o funcionamento da atividade;
- XXXVII - Advocacia pública, englobando as atividades de representação judicial e extrajudicial, assessoria e consultoria jurídicas do poder público;
- XXXVIII - Pesquisas científicas e laboratoriais relacionadas à pandemia;
- XXXIX - Fiscalização do trabalho;
- XXXX - Unidades lotéricas;
- XXXXI - Atividades religiosas de qualquer natureza, desde que obedecidas as determinações do Ministério da Saúde (PORTAL DO GOVERNO, 2020; PLANALTO,2020).