

O CLIMA ORGANIZACIONAL COMO FATOR PRIMORDIAL NA SATISFAÇÃO DO TRABALHO: UM ESTUDO DE CASO EM INDÚSTRIAS CERAMISTAS NO VALE DO ASSÚ - RN

Ana Caroline
Graduanda do Curso de Ciências e Tecnologia – UFERSA
anacaroline_sds@outlook.com

RESUMO

O mercado está em constante mudança e é um fato vivenciado por todos. Antes de qualquer decisão em uma empresa, é necessário que seja observado como está o ambiente interno de sua corporação. Visto que sua produtividade se dá por meio dos funcionários. Ao realizar a pesquisa de clima, torna-se possível analisar e compreender melhor quais os pontos positivos e quais os pontos negativos em sua empresa. O objetivo deste artigo é compreender o clima organizacional em duas cerâmicas no vale do Assú/RN, como metodologia foi utilizado um questionário para a coleta de dados, onde esses dados obtidos foram tabulados no programa *Excel* da Microsoft Windows. Como resultado, os gestores das empresas poderão saber onde existe conflito nas produções que ocorrem na entidade, seja no setor operacional, no setor administrativo ou na limpeza, afinal, qualquer setor que esteja com um mau desempenho nas suas atividades irá prejudicar na produção como um todo. Sabendo que existe uma demanda muito grande de indústrias ceramistas no Nordeste, torna-se indispensável que haja pesquisas de satisfação entre seus colaboradores, afinal, a produção nas cerâmicas no geral se dá por meio de muita mão-de-obra braçal.

Palavras-chave: Clima Organizacional. Satisfação. Gestão.

ABSTRACT

The market is constantly changing and it is a fact experienced by everyone. Before any decision in a company, it is necessary to observe the internal environment of your corporation. Since your productivity is through the employees. When carrying out the climate survey, it becomes possible to analyze and better understand the positive and negative points of your company. The aim of this article is to understand the organizational climate in two ceramics in the Assú/RN valley, as a methodology, a questionnaire was used for data collection, where these data were tabulated in the Excel program from Microsoft Windows. As a result, company managers will be able to know where there is conflict in the productions that take place in the entity, whether in the operating sector, in the administrative sector or in cleaning, after all, any sector that is performing poorly in its activities will harm production as a whole. Knowing that there is a very large demand for ceramic industries in the Northeast, it is essential that there be satisfaction surveys among their employees, after all, production in ceramics in general takes place through a lot of manual labor.

Keywords: Organizational Climate. Satisfaction. Management.

Data de submissão:

Data de aprovação: 18.11.2021

Disponibilidade: site de endereço DOU

1 INTRODUÇÃO

O clima organizacional está ligado diretamente ao ambiente interno das empresas, e dada a importância devida do trabalho do homem para com as organizações, existiu uma necessidade de estudar sobre as empresas e o clima organizacional que rege tais estabelecimentos.

É do conhecimento de todos que as pessoas esperam pontos específicos dos seus locais de trabalho, segundo Chiavenato (2011) os colaboradores procuram um excelente lugar para trabalhar, empresas em que vejam oportunidades de crescimentos, que haja reconhecimento pelo trabalho desempenhado na corporação, que exista apoio, que haja harmonia e satisfação em seus ambientes internos de trabalho e entre muitos outros fatores, que são, de certa forma, considerados exigências mínimas, levando em consideração que as empresas também buscam algumas exigências para com seus funcionários: comprometimento, dedicação, foco na missão, nas metas, talento, agilidade. É uma troca mútua de comprometimento entre ambas as partes.

Segundo Oliveira et al (2012) toda organização é composta por pessoas, entre elas existe uma hierarquia que vem desde os subordinados até a parte da direção da empresa. Mas isso não é relevante quando se trata da harmonia da corporação, pois, independente do cargo, é necessário que todos, no geral, trabalhem com afinidade. Afinal, a empresa depende diretamente deles para que possa atingir seus objetivos e metas para que sua missão seja cumprida.

Ao aplicar a pesquisa de clima organizacional é possível analisar os pontos favoráveis e os pontos preocupantes existentes na empresa, que possam interferir na satisfação dos funcionários. Em vista disso, é de suma importância a pesquisa de clima organizacional, pois, é necessário que os funcionários estejam satisfeitos com o ambiente em que trabalham.

Segundo Medeiros (2020), realizar a análise de clima organizacional na cerâmica São José, no município de Carnaúba dos Dantas/RN foi muito importante, pois ficou claro a percepção dos colaboradores em relação ao seu ambiente de trabalho, e isso se torna uma ferramenta para os gestores tomarem decisões acerca do manejo e motivação de seus colaboradores de acordo com seus objetivos.

Diante disso, levanta-se o seguinte questionamento: Qual a importância em manter o clima organizacional positivo? E como hipótese, será que os gestores sabem de quanto é necessário manter um ambiente favorável entre os colaboradores para que os

resultados sejam alcançados com mais facilidade. O objetivo deste artigo é compreender o clima organizacional em duas cerâmicas no vale do Assú/RN visando o bem estar social dos seus colaboradores.

Para tanto, espera-se que futuros graduandos se interessem em desenvolver novas pesquisas neste tema para que haja mais contribuições para o crescimento do conhecimento acerca da gestão empresarial no que tange o clima organizacional.

2 CLIMA ORGANIZACIONAL

A pesquisa de clima organizacional consiste em compreender melhor sobre como funciona o ambiente interno das empresas e analisar de forma objetiva questões pertinentes à satisfação dos colaboradores, quando relacionados a diversos aspectos de seu trabalho e da corporação como um todo. Segundo Chiavenato (2011) o clima organizacional é a vivência que é transmitida pelo local de trabalho, isto é, a forma na qual os colaboradores tratam uns aos outros, ou seja, é o que define o calor humano dentro das corporações.

Nessa linha de raciocínio, entende-se como clima organizacional a forma como os funcionários da empresa agem perante as situações adversas que acontecem no ambiente de trabalho e a forma como eles se comunicam entre si e com os gestores.

De acordo com Menezes e Gomes (2010) a pesquisa de clima tornou-se tão utilizada por parte das empresas devido a uma enorme abrangência do construto e sua capacidade quando está relacionado a avaliar características complexas, tais como a liderança, relacionamento interpessoal, reconhecimento e a recompensa de acordo com o entendimento dos trabalhadores. Segundo Chiavenato (2010) a satisfação no trabalho não constitui um comportamento em si, mas uma atitude das pessoas frente ao seu trabalho na organização.

Segundo Maximiano (2010) para que o termo sobre o clima organizacional se torne mais claro, é necessário que também haja um entendimento sobre a cultura organizacional que habita na empresa.

Para Guerreiro (1991) a cultura organizacional é composta por um conjunto de normas, crenças, regras e valores, esse conjunto de fatores é o que determina como uma empresa funciona, isto é, essa cultura define como deverá ser o comportamento de cada funcionário.

A cultura organizacional é, de fato, uma peculiaridade de cada empresa. Cada estabelecimento molda sua cultura de acordo com suas normas, regras e crenças. É uma forma de manter sua identidade no mercado. Então, ao firmar uma cultura seja ela autoritária ou democrática, os interessados em fazer parte da empresa, saberão se irão se encaixar no perfil que o empregador busca ou não. De acordo com Facco et al (2012), na cultura organizacional existe duas partes, a visível e a não visível. Na parte visível é possível observar os colaboradores como um todo, ou seja, torna-se possível analisar a forma a qual os funcionários agem, se vestem e seu linguajar. Na parte não visível estão os costumes, crenças e valores da empresa.

Perante a isso, pode-se concluir que se o trabalhador se sentir satisfeito no seu ambiente de trabalho, logo, o mesmo será mais produtivo e irá cumprir com seus deveres de forma mais eficiente e com harmonia. Caso contrário, o colaborador não irá cumprir com suas atividades de forma produtiva, acarretando um mal desempenho na produção como um todo.

2.1 CONCEITOS DE SATISFAÇÃO NO AMBIENTE DE TRABALHO

Robbins (2002 apud OLIVEIRA et al 2012) diz que a satisfação no trabalho é consequência da atitude geral de um colaborador frente ao seu posto de trabalho envolvendo todos os fatores inerentes do ambiente como, a organização, a política interna, a gestão, as tecnologias implantadas, os objetivos e metas, e principalmente, pelo intuito de todos os envolvidos estarem integrados entre si, independente do setor, de maneira a formar uma equipe efetiva.

Busch, Fallan & Pettersen (1998 apud Oliveira et al 2012) relatam que o conceito de satisfação no trabalho seja unidimensional ou multidimensional, dependendo de diferentes aspectos de uma condição de trabalho, podendo ser de diferentes formas e ter resultados individualizados.

Para Fraser (1983 apud OLIVEIRA et al 2012) o conceito de satisfação no trabalho é mais complexo e de difícil conceituação, devido à circunstância em que os colaboradores se envolvem seja subjetivo, havendo diferentes percepções da situação por cada um deles, pois para cada um a situação é visualizada e percebida diferentemente.

2.2 A INDÚSTRIA CERAMISTA NO RIO GRANDE DO NORTE

A fabricação de cerâmica no interior do Rio Grande do Norte começou como uma atividade complementar e atendia, basicamente, a demanda local, não tendo a comercialização que atualmente é conhecido. Na década de 1990 esse setor passou por uma reestruturação e foi inserido o maquinário que transformava a argila em produtos para a construção civil e isso vem dando mais qualidade aos produtos em relação aos que são feitos nas olarias (NASCIMENTO, 2011).

Além do grande número de indivíduos que é necessário para o setor de produção dessas empresas em todo o Estado, destaca-se também as outras pessoas que estão em outras atividades inerentes nesse processo, como, a comercialização do produto, a venda da matéria prima e do insumo energético (NASCIMENTO, 2011).

A expansão do comércio de cerâmicas no Rio Grande do Norte, como telhas e tijolos deu-se em dois períodos, o primeiro no intervalo espaço-temporal em que a produção desses produtos era totalmente manual e o segundo período vem com a inserção de máquinas que passou a realizar a fabricação em maior escala, passando para uma fase semi-industrial (NASCIMENTO, 2011).

Cada empresa com seu sistema produtivo próprio usam o espaço e território diferente umas das outras devido suas técnicas empregadas e essas técnicas dependem do capital da empresa oleira e de sua forma de organização e gestão (NASCIMENTO, 2011).

2.2.3 Clima organizacional como benefício para a empresa e seus funcionários

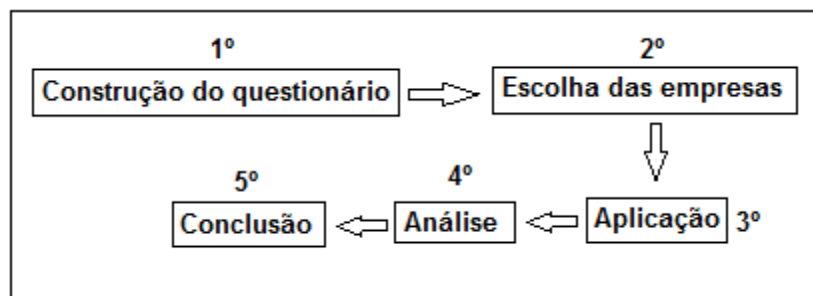
A partir de estudos desenvolvidos por Hawthorne nas décadas de 1930 e 1940 foi que as empresas passaram a realizar uma gestão mais voltada a felicidade dos funcionários devido a frase “funcionários felizes são funcionários mais produtivos”. Na década de 1980 houve outros estudos que definiram este primeiro estudo como “ilusório”, pois diziam que a relação não era considerada alta entre a satisfação no trabalho com o desempenho. Porém, mais recentemente, realizaram novas análises e confirmaram que esta relação pode ser considerada alta (JUDGE; ROBBINS E SOBRAL, 2011).

Moscovici (1997 *apud* OLIVEIRA *et al* 2012) diz que a vida em grupo é influenciada pela diferença de cada um dos indivíduos que estão presentes num determinado ambiente organizacional, determinando o clima entre elas. De uma maneira geral, tornou-se importante para as grandes empresas, um ambiente de trabalho mais agradável, devido se tornar um espaço mais propício ao desenvolvimento das relações interpessoais, melhorando assim, a produtividade. Além disso, contribui para a rotatividade de pessoal, acidentes, absenteísmo e doenças (CHIAVENATO, 2010).

3 METODOLOGIA

A metodologia do presente trabalho consiste em cinco etapas, sendo elas: construção do questionário, escolha das empresas, aplicação, análise e conclusão.

Figura 1 - Esquema da metodologia



Fonte: Autoria Própria (2021)

Foi elaborado um questionário com quinze perguntas para analisar e discutir mais sobre o nível de satisfação dos colaboradores de duas empresas do ramo de cerâmicas. As perguntas foram elaboradas com base nos artigos de Oliveira et al (2012), Fonseca et al (2011) e Dietrich (2014) que norteavam em relação às indagações a serem questionadas sobre clima organizacional das empresas.

Para a realização desta atividade, foi realizada uma pesquisa de campo na qual foram entrevistados 50 funcionários que serviram como amostra, entre eles os que trabalham no setor operacional, os que são do setor administrativo e os colaboradores da limpeza. Essa pesquisa foi executada entre os dias 06 e 07 de abril do ano de 2021. As empresas nas quais constituíram o estudo de campo não serão citadas. Irei nomeá-las como cerâmica da cidade de Assú/RN e cerâmica da cidade de Itajá/RN.

Após a aplicação do questionário, foram realizadas as demais etapas: análise dos resultados encontrados, discussão e conclusão. No total da amostra, foram obtidas 50 respostas nos questionários com o auxílio da ferramenta do *google forms* que é um aplicativo de gerenciamento de pesquisas lançado pelo Google e que serve para pesquisar e coletar informações sobre outras pessoas, bem como questionário e formulários.

4 RESULTADOS

Esta seção trata da explanação dos resultados, ou seja, é mostrada as informações que foram colhidas durante a aplicação do questionário junto aos colaboradores das duas empresas que participaram da referida pesquisa.

Foram preservados os nomes das empresas envolvidas nesta pesquisa e em decorrência disto, foi necessário nomear cada um como cerâmica da cidade de Assú/RN e cerâmica da cidade de Itajá/RN. São empresas do ramo de cerâmica e estão localizadas, de acordo com as respectivas cidades, no alto oeste potiguar.

Este é um segmento muito importante não só para estas cidades citadas, mas para todo o interior do Rio Grande do Norte por gerar um grande número de empregos, pela abundância de recursos e materiais, bem como, pela força na exportação para os Estados do Nordeste e Norte. Entretanto é uma atividade de risco para a saúde dos colaboradores que trabalham no setor de produção, por estarem expostos, por exemplo, a fumaça. Além disso, existem outros pontos negativos, como, o desmatamento pela grande demanda de lenha para a queima dos produtos e o alto índice de rejeitos que essas empresas geram.

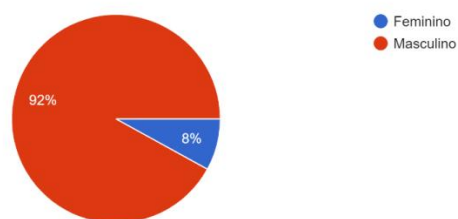
O fator que definiu a escolha das empresas do setor oleiro foi a demanda de um número elevado de funcionários para o setor de produção. Logo surgiu o interesse em saber como é a organização destas empresas, como lidam com seus colaboradores, bem como, a satisfação dos mesmos em relação ao trabalho que é desenvolvido.

A empresa cerâmica da cidade de Itajá/RN conta com 45 funcionários com carteira assinada, porém, a gestão não soube informar exato o número de funcionários ao total devido a alta rotatividade. Na cerâmica da cidade de Assú existem em média de 35 a 36 funcionários. Deve-se levar em consideração que para participar da pesquisa não foi considerado o número total de colaboradores das empresas, mas sim, uma amostra com um total de 50 funcionários.

As primeiras indagações foram referentes ao sexo, nível de escolaridade, idade, cargo e tempo que trabalha na empresa. No gráfico 1 é observado que nas duas indústrias de cerâmicas a presença do público masculino é predominante, visto que nessas empresas, boa parte da produção se dá por serviço braçal, e acarreta que muitas mulheres não se envolvem muito nesse ramo. Apenas no setor administrativo que há uma maior quantidade de mulheres trabalhando.

Gráfico 1 – Gênero

Qual seu gênero?
50 respostas

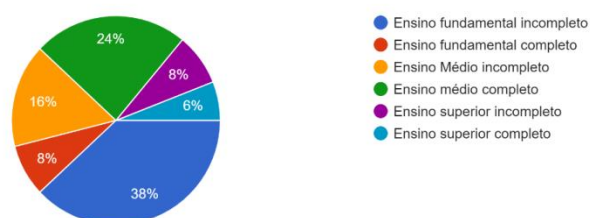


Fonte: Autoria Própria (2021)

A seguir, pode-se perceber no gráfico 2 em relação ao grau de escolaridade, que mais de 30% dos colaboradores não concluíram o ensino fundamental. Nota-se que nesse setor de produção, não é exigido que os funcionários sejam alfabetizados. Na maioria das empresas do ramo oleiro, torna-se necessário basicamente que apenas os colaboradores de cargos hierárquicos que atuam nos setores estratégicos possuam grau de instrução mais elevado, visto que a parte administrativa precisa de pessoas mais qualificadas para exercer tais atividades que envolvem o setor financeiro da empresa.

Gráfico 2 – Escolaridade

Qual seu nível de escolaridade ?
50 respostas

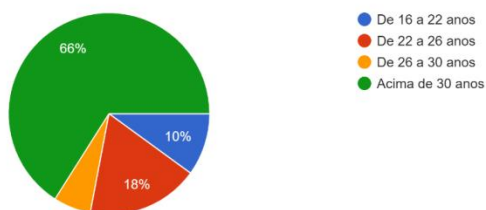


Fonte: Autoria Própria (2021)

Com relação ao gráfico 3, foi questionado a idade dos subordinados, ficou evidente que boa parte se dá por pessoas acima de 30 anos. Onde, apenas 10% das repostas incluíam pessoas que por ventura eram menores de idade.

Gráfico 3 – Idade

Qual sua idade ?
50 respostas

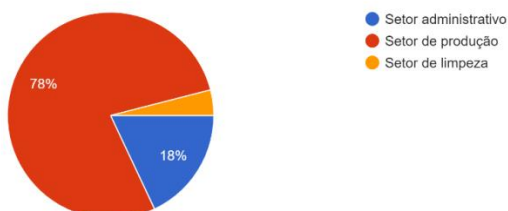


Dados: Autoria Própria (2021)

Ao analisar as respostas do gráfico 4, pôde-se perceber que as cerâmicas são compostas quase que completamente por pessoas que trabalham na parte operacional das atividades onde apenas 18% estão espalhadas pelo setor administrativo, nesse setor está incluído gerente, pessoas do RH, responsáveis pelos transportes e financeiro da empresa. Apenas 4% são funcionários que ficam responsáveis pela limpeza.

Gráfico 4 – Cargo

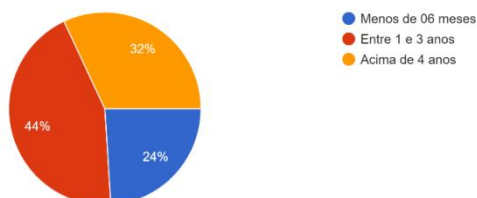
Em qual setor você exerce sua função?
50 respostas



Fonte: Autoria Própria (2021)

Gráfico 5 – Tempo de serviço

Qual seu tempo de serviço na indústria?
50 respostas



Fonte: Autoria Própria (2021)

De agora em diante, será mostrado as afirmações feitas pelos colaboradores. Serão representadas por uma tabela onde descreve a quantidade de afirmações para cada asserção. Para a realização dessa parte da pesquisa, foi utilizada uma escala Likert de 1 a 5, onde 1 representa que o trabalhador discorda totalmente da afirmação que foi feita, 2 representa que ele discorda parcialmente, 3 ele é indiferente a afirmação, 4 ele concorda parcialmente e 5 o mesmo concorda totalmente com o que lhe foi afirmado.

Quadro 1 – Questionário de Satisfação

Afirmações	DT	DP	I	CP	CT
Q1 - Você é completamente satisfeito com o ambiente de trabalho	3	2	6	14	25
Q2 - Você é completamente satisfeito com seu cargo	2	1	7	7	33
Q3 - A empresa faz você se sentir importante ao exercer seu cargo	7	3	6	10	24
Q4 - Você tem total conhecimento das expectativas da empresa em relação ao seu cargo	9	0	5	8	28
Q5 - Você se sente apoiado em fazer o seu melhor todos os dias	5	2	6	5	32
Q6 - Você se sente confortável em conversar com sua equipe de trabalho	2	1	2	4	41
Q7 - Você conhece seu papel para que a empresa alcance seus objetivos	4	2	2	12	30
Q8 - Seu chefe conhece suas tarefas	7	5	6	10	22
Q9 - Seu salário condiz com seu cargo	7	3	8	13	19
Q10 - Você tem total liberdade para resolver a melhor maneira de exercer seu cargo	6	5	7	1	31

DT: DISCORDO TOTALMENTE, **I:** INDIFERENTE, **CT:** CONCORDO TOTALMENTE, **DP:** DISCORDO PARCIALMENTE, **CP:** CONCORDO PARCIALMENTE

Fonte: Dados do pesquisador

Foram dez questões aplicadas com os colaboradores. Dentre essas questões, 35% responderam que estão em “Concordo totalmente” em todas as questões aplicadas, visto que 62% dos dados obtidos foi dividido entre as pessoas que discordaram totalmente (7 pessoas) que seu salário é justo, aquelas que concordaram parcialmente (6%), ou seja, não estão 100% convictos da veracidade da questão sobre essa remuneração condizer com seu cargo e 16% são os indivíduos que foram indiferentes a afirmação.

Somente 38% das afirmações são positivas, ou seja, são aqueles colaboradores que concordam completamente que o seu salário condiz com o cargo em que o mesmo exerce. Diante o posto, é notório que essa afirmação não abrange se quer 50% das pessoas que se sentem satisfeitas com sua remuneração.

É notório que o setor de produção é a área que mais agrega colaboradores por ser um trabalho mais braçal e de maior risco, e nas informações colhidas, mostra 78% com média de um a três anos de trabalho nestas empresas, seguida de 32% acima de 4 anos e 24% menos de seis meses. Esta última porcentagem vislumbra a grande rotatividade que existe nesses campos de trabalho.

5 DISCUSSÃO

É observado também que poucas mulheres estão inseridas nesta área, as que têm ensino superior completo estão admitidas no setor administrativo e as que possuem um grau de escolaridade baixo ficam no setor de serviços gerais, esta é uma informação suplementar que ao analisar os resultados obtidos, foi percebido que as mulheres se enquadravam na maior porcentagem de escolaridade, embora, exista alguma com menor grau de instrução e que se encontrava no setor da limpeza.

Outro dado que não pôde ser mensurado devido a subjetividade das respostas dos funcionários em omitir sua realidade no ambiente de trabalho, mas que foi percebido é que embora o resultado tenha dado positivo em relação a dinâmica do trabalho de ser braçal, pois esperava-se que a grande maioria daria a resposta contrária do que foi obtida, sempre existe aquela parcela, por mínima que seja, está insatisfeita com o trabalho, conseqüentemente, com a gestão da empresa. Muitas vezes, o gestor exige demais e não dá melhores condições a seus colaboradores.

Existem vertentes diferentes que a pesquisa pode levar o pesquisador a avaliar outros fatores e não somente o de satisfação com o trabalho pelo colaborador.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa de clima organizacional é um instrumento muito importante e usado para conhecer, entender e mensurar a percepção do colaborador em relação ao seu trabalho e a empresa em que está empregado.

Diante dos achados na pesquisa, e mediante análise dos dados, é observado que a resposta não foi negativa mediante a dinâmica do trabalho ser braçal e esperava-se que a resposta dos colaboradores fossem discordo parcial ou totalmente nas questões aplicadas, embora a ideia que se tem deste segmento levasse a crer que a insatisfação seria alta, porém, duas vertentes se encontram nessa pesquisa para que o resultado não tenha dado negativo, a primeira é que a cerâmica é uma das únicas oportunidades de emprego mais

“fácil” e a segunda é que se a pesquisa tivesse englobado um número maior de empresas deste segmento, as informações da tabela de satisfação tivessem dado mais altos e mostrasse um resultado mais realista e/ou assertiva.

A única limitação encontrada durante a realização da pesquisa de campo deste trabalho foi a não compreensão das perguntas de satisfação do trabalho pelos colaboradores, e na ocasião, era necessário explicar várias vezes o significado de cada um dos questionamentos.

Esta pesquisa contribui para que pessoas conheçam a aplicabilidade desta ferramenta que é muito utilizada pelas grandes organizações para mensurar a satisfação do colaborador em relação ao seu trabalho e queira implantar este questionário de forma periódica para que haja melhorias nestes postos de trabalho de acordo com os resultados que seus colaboradores dar, e assim, buscarem um ambiente mais propício e saudável, motivando assim, os funcionários a desenvolverem melhor suas funções.

Para a aplicação desta pesquisa foi apresentado aos gestores o material que seria aplicado junto aos funcionários, tendo total liberdade para a sua aplicação devido os gestores estarem de acordo, embora não tivesse expressado nenhuma opinião de não aceitação.

Este tema é bastante pertinente, pois é sabido que a satisfação com o trabalho faz com que o colaborador se comprometa mais com os resultados e desempenhe de maneira mais efetiva seu trabalho, alcançando, dessa forma, as metas e objetivos da empresa. E nesse sentido, espera-se que sejam desenvolvidas novas pesquisas neste segmento para enriquecer cada vez mais esse debate.

REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, I. **Gestão de Pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 3ª. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010;

CHIAVENATO, I. **Introdução à Teoria Geral da Administração**. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011;

FERREIRA, V. C. P.; FORTUNA, A. A. M.; TACHIZAWA, T. **Gestão com Pessoas: uma abordagem aplicada às estratégias de negócios**. 5ª. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006;

GUERREIRO, Reinado. **Mensuração do resultado econômico**. São Paulo: Caderno de Estudos FIPECAFI, 1991;

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

MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à Administração**. 7^a. ed. São Paulo: Atlas, 2010;

MEDEIROS, Simone Dantas Rosendo de. **Análise do clima organizacional a luz da escala ECO (Escala de Clima Organizacional): um estudo de caso na cerâmica São José**. Universidade Federal do Rio Grande do Norte/RN. 2020. Disponível em: https://repositorio.ufrn.br/bitstream/123456789/43542/3/An%C3%A1lisedoclimaorganizacionalaluzdaescalaECO_Medeiros_2020.pdf. Acesso em: 05 de novembro de 2021.

NASCIMENTO, Judicleide de Azevedo. O circuito espacial da indústria cerâmica vermelha no seridó potiguar. Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2011. Disponível em: https://repositorio.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/18930/1/JudicleideAN_DISSERT.pdf. Acesso em: 02 de novembro de 2021.

OLIVEIRA, Daniele; CARVALHO, Roberto José; ROSA, Adriano Carlos Moraes. **Clima Organizacional: Fator de Satisfação no Trabalho e Resultados Eficazes na Organização**. SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA. 2012. Disponível em: <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/37116504.pdf>. Acesso em 28 de agosto de 2021.