



**CENTRO UNIVERSITÁRIO FAMETRO-UNIFAMETRO
CURSO DE BACHARELADO EM PSICOLOGIA**

**HANNA JÉSSICA DUARTE VIEIRA
THYFANI BARBOSA DOS SANTOS**
Profa. Orientadora: **Olivia Lima Guerreiro de Alencar**

**O PAPEL DA PSICOLOGIA NO PROCESSO DE HUMANIZAÇÃO DAS
EMPRESAS**

**FORTALEZA
2023**

HANNA JÉSSICA DUARTE VIEIRA
THYFANI BARBOSA DOS SANTOS

O PAPEL DA PSICOLOGIA NO PROCESSO DE HUMANIZAÇÃO DAS EMPRESAS

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso de Bacharelado em Psicologia do CENTRO UNIVERSITÁRIO FAMETRO - UNIFAMETRO sob orientação da Professora Me. Olivia Lima Guerreiro de Alencar como parte dos requisitos para a conclusão do curso.

FORTALEZA
2023

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus, pelo dom da vida, pela saúde e por ter nos dado forças para suportar o processo com êxito, e pela coragem para lutar pelos nossos sonhos.

Agradecemos aos nossos pais por todo suporte e apoio, por ter estado conosco incentivando a cada novo passo e comemorado cada nova vitória, pelos ensinamentos e por ter dedicado tempo e recursos em nossa educação. Somos gratas por todo amor e carinho.

Aos nossos irmãos e irmãs, por permanecerem conosco durante todo o processo e nos impulsionando a ir sempre adiante.

Aos amigos que se fizeram presente torcendo por nossas conquistas, que estiveram presentes em cada etapa, escutando a gente falar com entusiasmo sobre cada novo conhecimento e que compartilharam esse sonho juntamente conosco.

Aos nossos professores por cada conhecimento compartilhado, que possibilitou reflexões e aprendizados que agregaram em nossa formação enquanto psicólogas.

A nossa orientadora de TCC por toda dedicação empenhada nesse trabalho, por ter apoiado essa ideia e ter aceitado esse desafio conosco, por todo suporte ao propor correções e sugestões de melhorias.

A banca, por ter disponibilizado seu tempo e atenção na leitura e avaliação desse trabalho.

RESUMO

Levando em consideração que empresas humanizadas são aquelas que não focam unicamente na geração de lucros e obtenção de resultados, mas que colocam as pessoas como prioridade, investindo em fatores como o bem-estar e a qualidade de vida no trabalho, a presente pesquisa propõe como objetivo principal descrever as atividades realizadas por psicólogos dentro de empresas humanizadas certificadas pelo GPTW no Ceará. Considera-se importante pensar na atuação de psicólogos nesses espaços, buscando investigar que práticas são adotadas e o que vem sendo produzido de novo nesses cenários. A pesquisa se classifica como exploratória e descritiva, de natureza quantitativa e qualitativa, onde foi aplicado um questionário com sete psicólogos que atuam em empresas humanizadas no Ceará certificadas pelo *Great Place to Work* (GPTW), buscando analisar as práticas e condutas adotadas por eles nessas empresas, onde foi possível verificar os serviços oferecidos nessas instituições e como a psicologia contribui para esse processo, contribuindo na elaboração de programas de desenvolvimento, participação em reuniões estratégicas, entre outras. Além disso a pesquisa pôde observar quais práticas estão em conformidades com a literatura atual.

Palavras chaves: Empresas humanizadas; Qualidade de vida; Psicologia Organizacional.

ABSTRACT

Taking into account that humanized companies are those that do not focus solely on generating profits and obtaining results, but that treat people as a priority, investing in factors such as well-being and quality of life at work, this research proposes how main objective describes the activities carried out by psychologists within humanized companies certified by GPTW in Ceará. It is considered important to think about the performance of psychologists in these spaces, seeking to investigate which practices are adopted and what new ones are being produced in these scenarios. The research is classified as exploratory and descriptive, of a quantitative and qualitative nature, where a therapy with seven psychologists who participate in humanized companies in Ceará certified by the Great Place to Work (GPTW) was applied, seeking to analyze the practices and behaviors adopted by them in this companies, where it was possible to verify the services offered in these institutions and how psychology contributes to this process, confident in the elaboration of development programs, participation in strategic meetings, among others. In addition, the research was able to observe which practices are in line with the current literature.

Keywords: Humanized companies, Quality of life at work, Organizational and Work Psychology.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Identidade de gênero	29
Figura 2 - Faixa etária	29
Figura 3 - Estado civil	30
Figura 4 - Formação acadêmica.....	30
Figura 5 - Tempo de atuação em empresas humanizadas	31
Figura 6 - Serviços oferecidos aos líderes e demais funcionários.....	33

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Características das empresas Humanizadas.....	16
Quadro 2 - Artigos Seleccionados.....	20
Quadro 3 - Fluxograma	25
Quadro 4 - Cargo em que atua	31
Quadro 5 - Relevância da Psicologia no contexto das Humanizadas	34
Quadro 6 - Abertura para aplicar conhecimentos da Psicologia nas HUmanizadas.....	35
Quadro 7 - Percepção sobre desenvolvimento humano nas Humanizadas	36
Quadro 8 - Liderança nas humanizadas.....	37
Quadro 9 - Processos de mudanças nas Humanizadas	38
Quadro 10 - Diferenciação da prática do psicólogo.....	39

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

BDTD	Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações
CC	Capitalismo Consciente
CNS	Conselho Nacional de Saúde
GPTW	<i>Great Place to Work</i>
OMS	Organização Mundial de Saúde
POT	Psicologia Organizacional e do Trabalho
QVT	Qualidade de Vida no Trabalho
RH	Recursos Humanos
SBPOT	Associação Brasileira de Psicologia Organizacional e do Trabalho
TCLE	Termo de Consentimento Livre Esclarecido

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 REVISÃO DE LITERATURA	11
2.1 A inserção do psicólogo nas organizações.....	12
2.2 O processo de humanização nas empresas.....	15
2.3 Qualidade de vida no trabalho e bem-estar	22
3 METODOLOGIA	24
3.1 Tipo de Estudo	24
3.2 Universo e amostra.....	26
3.3 Critérios de Inclusão / Exclusão	26
3.4 Coleta de dados e Instrumento de Coleta.....	27
3.5 Aspectos Éticos	28
3.6 Análise dos dados	28
4 RESULTADOS E DISCURSSÕES.....	28
4.1. Dados sociodemográficos	28
4.2. Discussão dos resultados.....	33
5 CONCLUSÃO.....	40
REFERÊNCIAS.....	42
APENDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO	45
APENDICE B – INSTRUMENTO DE PESQUISA.....	47

1 INTRODUÇÃO

O trabalho passou por diferentes modificações ao longo dos anos, até ocupar uma posição central na vida das pessoas, isso fez com que a relação do homem com o trabalho ganhasse um novo olhar. E o que antes era considerado apenas como um meio de sobrevivência acaba adquirindo um novo significado e passou a ser estudado a sua influência na construção das subjetividades e identidade dos sujeitos, bem como os meios e modos de significar e dar sentido ao trabalho (PEREIRA; TOLFO, 2017).

A psicologia organizacional foi se consolidando e expandindo, após a publicação do primeiro compêndio de psicologia organizacional em 1913, embora sua função fosse voltada inicialmente para a aplicação de teste psicológicos direcionados à admissão de funcionários. Os trabalhos atribuídos a esses profissionais eram inicialmente voltados para o aperfeiçoamento da mão de obra do chão de fábrica, e atuavam com o objetivo de gerar lucros para as organizações (MENDES *et al*, 2018).

Diante dessas percepções, o olhar para o sujeito e sua relação com a atividade foi sendo modificada, o que possibilitou que a psicologia conquistasse espaço dentro das organizações de trabalho e possibilitasse a continuidade de estudos nessa área.

A Associação Brasileira de Psicologia Organizacional e do Trabalho (SBPOT) surgiu em 2001, com o propósito de promover e divulgar conhecimentos acerca da Psicologia Organizacional e do Trabalho, marcando presença em eventos nacionais que discutiam questões sobre essa área (NEIVA, 2013).

A SBPOT traz uma maior visibilidade para a área da Psicologia Organizacional e do Trabalho, possibilitando o desenvolvimento do status científico da área, estimulando pesquisas e divulgação, além de ser mantedora da Revista de Psicologia: Organizações e Trabalho – rPOT. contribuindo para o aprimoramento da prática profissional, entre outros (NEIVA, 2013).

Tendo como base os cenários apresentados, as organizações foram se adaptando e dando mais destaque para as pessoas dentro das empresas e fatores como a qualidade de vida no trabalho e a construção de empresas mais humanizadas foram sendo pensadas para melhorar a relação do homem com o trabalho, numa lógica de prevenção ao adoecimento físico e mental.

A proposta de construir empresas onde o capital humano tivesse maior destaque foi sendo cada vez mais empregada nas organizações. Empresas começam a ganhar destaque quando voltam sua atenção para o processo de humanização dentro do ambiente de trabalho.

O capitalismo consciente (CC), movimento fundado por John Mackey e Raj Sisodia, originou-se nos EUA e até 2017 já havia se expandido para 14 países. “O movimento engloba negócios apoiados nos seguintes pilares: propósito elevado; orientação para *stakeholders* (estratégias integradas); cultura consciente e liderança consciente” (SILVA *et al*, 2018, p. 1).

A construção do movimento do capitalismo consciente está diretamente relacionada ao livro *Empresas Humanizadas* (2013) que inclusive, tornou-se uma leitura indicada pelo movimento CC no Brasil. No Brasil, o site ccbrasil, dedica-se à promoção de eventos e livros produzidos por lideranças que divulgam o movimento no país (SILVA *et al*, 2018).

O *Great Place to Work* (GPTW) é uma empresa que oferece consultoria para outras empresas que adotam como estratégia de negócio, as pessoas. Além de ser uma empresa que reconhece e certifica as melhores empresas para trabalhar, de acordo com os funcionários, estando presente em 97 países ao redor do mundo.

A partir do contexto apresentado surge como pergunta norteadora da pesquisa: Qual o papel da Psicologia no processo de humanização de empresas no Ceará?

O estudo se justifica por identificar qual o papel da psicologia para a construção e manutenção dessas empresas, visto a importância de se pensar na qualidade de vida desses sujeitos e da importância de um acolhimento e de uma cultura humanizada nesses espaços, por ser um local onde o indivíduo passa a maior parte do dia e que se não for dado a devida atenção pode gerar adoecimentos, como a síndrome de *burnout*¹, por exemplo. Além disso, partiu também do fato de que durante uma busca inicial por artigos que se aprofundassem mais sobre o tema foi encontrado poucos estudos sobre a temática “humanização nas empresas”.

¹ Síndrome de *burnout*: “O termo burnout, derivado de um jargão inglês, significa “aquilo que deixou de funcionar por absoluta falta de energia” (TRIGO *et al*, 2007, p. 225, *apud* CANDIDO, SOUZA, 2016). Ou seja, a Síndrome de Burnout caracteriza uma pessoa que chegou ao seu limite e sente-se esgotada, No entanto, há uma ligação da Síndrome que a desvincula da depressão, do estresse rotineiro, da ansiedade. Para ser considerada Síndrome de Burnout, necessariamente, toda esta estafa física, mental e emocional tem de estar ligada ao trabalho.” (CANDIDO, SOUZA, 2016).

Diante de uma sociedade capitalista onde a preocupação é com o fazer mais com menos, ganhar vantagens econômicas e se destacar frente a concorrência, os valores e significados humanos não foram sendo privilegiados no mundo dos negócios. E esse poder econômico percebido nas organizações foi sendo conquistado a um custo social inaceitável, como a degradação da natureza, condições de trabalho impróprias e produtos inadequados às necessidades humanas (VERGARA; BRANCO, 2001).

Neste contexto, é possível perceber a importância de modificar a forma como as empresas pensam seus negócios, criando uma relação que gere valor para todos os parceiros da organização. E dessa forma, as empresas que valorizam as pessoas, o bem-estar e agreguem valor, são as organizações que irão sobreviver no futuro (LEITÃO, 2021).

Portanto, pensar e pesquisar sobre empresas humanizadas releva-se como fundamental para rever as práticas adotadas nas organizações atuais, uma vez que de acordo com Vergara e Branco (2001) uma empresa moderna pode ser extremamente adaptável e capaz de implementar ações humanizadas.

Trata-se de uma pesquisa de campo que investigou a percepção dos psicólogos sobre a humanização das empresas no Ceará, as quais foram selecionadas a partir do ranking do GPTW, o qual classifica as melhores para se trabalhar no Estado no ano de 2022.

A pesquisa teve como objetivo geral descrever as atividades realizadas por psicólogos que atuam em instituições humanizadas certificadas pelo GPTW no Ceará. Os objetivos específicos foram: identificar os critérios que definem as empresas como humanizadas; descrever as práticas adotadas por psicólogos que atuam nessas empresas e analisar a percepção dos psicólogos sobre o papel da Psicologia no processo de humanização das organizações.

2 REVISÃO DE LITERATURA

Este capítulo apresenta os principais autores referentes a Psicologia Organizacional e do Trabalho, descrevendo sobre a inserção do psicólogo dentro das organizações e a importância de ocupar esses espaços, além de relatar sobre as principais características das empresas humanizadas e enfatizar a importância da

qualidade de vida dentro dessas instituições descrevendo a influência de uma cultura humanizada para a qualidade de vida dos seus parceiros e colaboradores.

2.1 A inserção do psicólogo nas organizações

Ao longo da história diversos estudiosos voltaram seus estudos e preocupações para o mundo do trabalho e as pessoas nele inseridas, a fim de entender como esse espaço afeta e influencia a vida desses sujeitos. Ao pensar na origem da Psicologia Organizacional e do Trabalho (POT), pode-se destacar alguns desses pesquisadores e marcos históricos para a consolidação da psicologia organizacional e do trabalho enquanto disciplina e área de atuação.

As origens da POT podem remontar a criação do laboratório para o estudo da fadiga, em 1899, por Luigi Patrizi. A partir disso Kraepelin, na Alemanha, e Mosso, na Itália, em 1990, buscaram investigar aspectos relacionados à fadiga e as cargas de trabalho (ZANELLI; BASTOS; RODRIGUES, 2014).

Outro marco importante para a criação da psicologia organizacional e do trabalho está no trabalho de Hugo Münsterberg, publicado em 1913 e titulado *Psychology and Industrial Efficiency*. O interesse do autor estava mais voltado para a seleção de pessoal e o uso de testes psicológicos. A obra é considerada como marco para o nascimento da psicologia industrial (ZANELLI; BASTOS; RODRIGUES, 2014).

Nesse período também surgiu outro nome que gerou grande impacto na estruturação do campo: Frederick Taylor. Ele foi responsável por desenvolver a teoria da administração científica, que teve como objetivo estabelecer princípios para orientar as práticas organizacionais e aumentar a produtividade (ZANELLI; BASTOS; RODRIGUES, 2014).

A teoria da administração científica também propôs métodos e sistemas de racionalização do trabalho, dividindo as tarefas complexas e dessa forma facilitou a racionalização e padronização. Além disso, também buscava selecionar os mais aptos e competentes para realizar as tarefas da empresa. Os incentivos salariais e prêmios eram vistos como motivadores dos homens (MATOS FILHO, 2018).

Elton Mayo, por sua vez, publicou em 1933 a obra *The Human Problems of Industrial Civilization*. Que sintetizou seus estudos sobre a importância de considerar os fatores sociais implicados em uma situação de trabalho e as ciências do

comportamento, desde então, alcançaram relevância no mundo do trabalho. A obra deu impulso à era das relações humanas (ZANELLI; BASTOS; RODRIGUES, 2014).

A teoria das relações humanas proposta por Elton Mayo, surge de uma necessidade de humanizar e democratizar a administração, desenvolver as ciências humanas, as ideias filosóficas de John Dewey e a psicologia de Kurt Lewin. Essa abordagem parte dos princípios do nível de produção como resultante das interações sociais, as relações interpessoais e a formação de grupos informais, a importância do conteúdo do cargo, e a ênfase nos aspectos emocionais (MONEGO *et al*, 2021).

Pode-se perceber que enquanto a teoria da administração científica de Taylor era focada mais no trabalho, na produtividade e na padronização, a teoria das relações humanas surge com esse olhar voltado mais para o homem em seu ambiente de trabalho, levando em consideração a necessidade de humanização das organizações.

O objetivo da psicologia do trabalho ou psicologia industrial, primeiramente, visava o aspecto meramente produtivo, o método de aprendizagem, a orientação profissional, a fisiologia do trabalho, os estudos dos acidentes e fadiga. em um segundo momento voltou-se aos aspectos individuais e sociais do trabalhador, aos estudos sobre a personalidade do trabalhador e do gerente, à motivação, à liderança, à comunicação, e às relações interpessoais e sociais dentro da organização (MONEGO *et al*, 2021, p. 256).

O trabalho passou a ocupar a maior parte do dia a dia das pessoas. Uma vez que um trabalhador gasta em média oito horas por dia exercendo funções laborais, isso não levando em consideração o tempo de pausa, descanso e de deslocamento até o local de trabalho, quando as atividades não são realizadas no formato *home office*.

Com base nisso, é possível pensar em como esse trabalho pode afetar o sujeito em seus diferentes aspectos, influenciando inclusive sua saúde física e mental. De acordo com Zanelli, Bastos e Rodrigues (2014, p. 550) “podemos pensar o quanto da nossa qualidade de vida, do nosso bem-estar e dos problemas que enfrentamos está relacionado a dinâmica que as organizações assumem na sociedade”.

O ser humano e as organizações têm se apresentado de forma cada vez mais dependente, visto que seu funcionamento depende do trabalho humano e à medida que cresce a complexidade das atividades e a necessidade de recursos que só se encontra em nível organizacional (ZANELLI; BASTOS; RODRIGUES, 2014).

O trabalho também tem exigido uma busca maior por especializações, sendo crescente o número de atividades que exigem uma mão de obra mais qualificada. Fato que impacta diretamente na forma como o sujeito se relaciona com seu trabalho, tendo que dedicar tempo e recursos em busca de alcançar os requisitos necessários para aquela função.

É importante salientar que para os autores Zanelli, Bastos e Rodrigues (2014) as organizações são o modo como as pessoas e os grupos se estruturam para atender as próprias necessidades. Sendo assim, cada organização é composta por uma cultura e modos de organização próprios, tendo autonomia para planejar ações e pensar em modos de produção de qualidade de vida e práticas que possibilitem integração e acolhimento dos seus funcionários.

O papel da psicologia dentro das organizações se justifica a partir de um olhar para esses sujeitos, suas subjetividades, o impacto que o trabalho exerce em suas vidas, nas relações de grupos, relações interpessoais, e no impacto e na influência do trabalho na qualidade de vida desses sujeitos, observando aspectos da saúde física e mental.

É a partir do trabalho e da forma como organizamos que conseguimos atender as nossas necessidades e às demandas sociais. O trabalho possibilita, também, que cada indivíduo assuma um papel e uma identidade dentro de um grupo maior. As pessoas perdem o emprego e, muitas vezes, perdem a possibilidade de trabalhar. Há algo que afete mais fortemente a vida de um indivíduo e da sua família? Tal questionamento, por si, justifica a inserção do psicólogo em organizações e no trabalho (ZANELLI; BASTOS; RODRIGUES, 2014, p. 550).

A SBPOT é uma associação que possui propósitos científicos e educacionais, tendo como objetivo promover a produção e divulgação de conhecimentos científicos e tecnologias na área da Psicologia Organizacional e do Trabalho (SBPOT, 2023).

Dessa forma é possível perceber que a psicologia vem ganhando espaço cada vez mais significativo dentro das instituições e a importância da atuação de um profissional nessas organizações ganha destaque quando questões como o sofrimento psíquico no ambiente de trabalho é colocado em pauta.

2.2 O processo de humanização nas empresas

Por muito tempo as empresas tinham seu foco central na produtividade e não levavam em consideração o papel e a importância que as pessoas exerciam dentro das organizações. O olhar para o humano era por vezes negligenciado.

Na história da Administração, a teoria das relações humanas de Elton Mayo foi um dos primeiros modelos em que as pessoas foram sendo colocadas em destaque e o modo de produção começou a ser repensado. Segundo Sisodia, Wolfe e Sheth (2019) a obra de Edward Freeman publicada em 1984 tornou-se mais um marco sobre uma nova concepção de negócios.

A proposta de que a organização deve ter uma mentalidade mais ampla, atendendo aos interesses e necessidades de todos os seus stakeholders, passou a ser debatida e disseminada. Ou seja, a empresa não deveria, apenas, atender aos interesses dos acionistas. Mas, também dos seus colaboradores. Esta nova vertente de ideias e seus respectivos autores têm produzido uma relevante influência sobre como a gestão dos negócios pode acontecer numa perspectiva mais humanizada. Muitas empresas começaram a adotar uma cultura mais diferenciada, investindo em seu capital humano (SISODIA; WOLFE; SHETH, 2019).

Entende-se por empresas humanizadas aquela que, voltada para seus funcionários e/ou para o ambiente, agregando outros valores que não são somente a maximização do retorno dos acionistas. Realiza ações que, no âmbito interno, promovem a melhoria na qualidade de vida e de trabalho, visam a construção de relações mais democráticas e justas, mitigam as desigualdades e diferenças de raça, sexo, ou credo, além de contribuir para o desenvolvimento das pessoas sob os aspectos físico, emocional, intelectual e espiritual (VERGARA; BRANCO, 2001, p. 21 e 22).

Atualmente, já é possível identificar uma organização de cultura humanizada. Vergara e Branco (2001) enfatizaram que as empresas humanizadas são reconhecidas por abraçarem em sua missão causas sociais e que valorizam além do capital humano, o social, pois sua prática também alcança a comunidade social a qual está inserida. São empresas que não estão focadas apenas em si e na geração de lucros.

Quase duas décadas depois, Sisodia, Wolfe e Sheth (2019) aprofundam o conceito, identificando que as empresas humanizadas são aquelas onde a dimensão dos afetos, como carinho, empatia e cuidado, pode ser percebida dentro do mundo

dos negócios. Visto que, são empresas amadas e admiradas por seus *stakeholders*² por trazerem os interesses de todos para alinhamento estratégico, eles acabam desenvolvendo uma conexão emocional com a organização (SISODIA; WOLFE; SHETH, 2019)

Empresas humanizadas proporcionam um modelo de negócio onde todos os envolvidos agregam valores e são beneficiados. “Nenhum grupo se beneficia em detrimento de qualquer outro” (SISODIA; WOLFE; SHETH, 2019, p. 8). Os traços que identificam estas organizações são apresentados pelos autores e sintetizados no quadro a seguir:

Quadro 1- Características das empresas Humanizadas

Critério	Descrição das características
Líderes	Os salários dos executivos são relativamente modestos.
Hierarquia	Qualquer empregado tem acesso ao alto escalão.
Reconhecimento	Remuneram os colaboradores acima da média do seu segmento de atuação.
Treinamento	Investem muito tempo na capacitação dos empregados.
Rotatividade	Baixa em relação aos seus concorrentes.
Autonomia	Empoderam funcionários para resolver problemas junto aos clientes e obter satisfação deles.
Seleção	Priorizam contratar candidatos que se identificam com a atividade da empresa e seus produtos.
Clima	Há práticas direcionadas para criar um ambiente acolhedor e humanizado.
Clientes	Elas projetam uma paixão genuína pelos clientes. Portanto, criam meios de se conectarem com o “coração” deles.
Imagem	Investem menos em <i>marketing</i> e concentram esforços na satisfação e retenção de seus clientes.
Parceria	Ajudam seus fornecedores a crescer. Pensam em termos de ganha – ganha.
Excelência	Pratica processos operacionais de alto padrão.

² Stakeholders: “Qualquer grupo ou indivíduo que pode afetar ou ser afetado pelas realizações dos objetivos de uma empresa” (FREEMAN, 1984 *apud* MARTINS *et al*, 2019).

Identidade	A cultura organizacional é considerada o maior patrimônio.
Adaptabilidade	São capazes de mudar rapidamente, se necessário.

Fonte: Autoras (2023).

Portanto, pode-se perceber que as empresas humanizadas possuem uma visão que vai além da geração dos lucros, pagam salários e benefícios além do patamar praticado pelas concorrentes do mesmo segmento.

Estas empresas possuem práticas diferenciadas, muitas delas possibilitam uma escuta desses funcionários ao operarem com uma política de portas abertas, facilitando a comunicação entre operários, gestores e executivos da empresa. Um modelo de gestão de pessoas em que a aproximação dos colaboradores com os processos de tomada de decisão é valorizada. “Dessa forma, o conceito de negócios humanizados refere-se a organizações que se preocupam com o bem comum” (LEITÃO, 2021. p. 14).

Outro aspecto a considerar são os processos e práticas que adotam: dedicam mais tempo à formação dos funcionários, agregam em seu quadro de colaboradores aqueles que se identificam com a empresa e produtos, o ambiente de trabalho é acolhedor e agradável, além de demonstrarem uma preocupação verdadeira com seus clientes, trabalham em conjunto com fornecedores, entre outros fatores, que a diferencia como uma empresa humanizada (ROCHA, 2017).

De acordo com Leitão (2021, p. 18):

É possível identificar que empresas humanizadas apresentam valores como transparência, descentralização, engajamento com valorização das pessoas, preocupação com o bem-estar de todos os envolvidos com o negócio, atuação ética, importância da aprendizagem e desenvolvimento contínuo das pessoas. Assim, as empresas humanizadas são voltadas para crenças relacionadas a acreditar no ser humano e a valorizá-lo, e creem que podem impactar de maneira positiva não apenas na cultura, mas todos aqueles que estão direta ou indiretamente ligados a ela.

Outras ações realizadas por empresas que adotam uma cultura humanizada foram citadas por Vergara e Branco (2001) como o apoio do Instituto C&A às causas sociais, projetos desenvolvidos com a finalidade de capacitar educadores e apoio a diretores de escolas públicas, fiscalização das condições de trabalhos, entre outras.

“Essas empresas estão imbuídas com a alegria de servir – a comunidade, a sociedade, o meio ambiente, os clientes, os colegas” (SISODIA; WOLFE; SHETH, 2019, p. 28). Ou seja, essas empresas consideram fundamental o envolvimento de funcionários em causas que elas apoiam, criando dessa forma, uma percepção de possibilidade em fazer a diferença na vida de outras pessoas (ROCHA, 2017).

As empresas que visam algo para além do lucro, por vezes adquirido através de uma produtividade alienada e da exploração da mão de obra, são reconhecidas nas mídias televisivas e suas práticas se tornam exemplo para outras instituições. “Infelizmente, a esmagadora maioria das empresas hoje não pode ser descrita como empresa humanizada” (SISODIA; WOLFE; SHETH, 2019, p. 9).

Em um ambiente altamente disputado, como as organizações, adotar uma política de humanização torna-se um diferencial na hora de reter e manter profissionais excelentes. Para Vergara e Branco (2001, p. 29) “Ações humanizadas serão vistas como fonte de diferenciação em um ambiente competitivo”.

Selos e certificações que possibilitam que as organizações sejam reconhecidas como empresa humanizada, como o do GPTW, passam a ser exibidos com orgulho nos meios de divulgação da empresa, como forma de demonstrar que possui um ambiente de trabalho adequado, no que se refere aos processos de humanização, a fim de atrair e manter bons profissionais. “Profissionais talentosos estarão, mais e mais, sentindo-se atraídos por empresas comprometidas com o crescimento das pessoas e com causas sociais e ecológicas” (VERGARA; BRANCO, 2001, p. 30).

Atrair os melhores talentos para a organização se tornou uma atividade essencial nesse ambiente, por isso quanto mais atrativa a empresa se apresenta maior a chance de cativar ótimos profissionais e diminuir o número de rotatividade. O capital humano está ganhando cada vez mais destaque dentro das organizações e está se tornando um fator de diferenciação no mercado competitivo.

O conceito de humanização das organizações é visto, por grande parte dos especialistas, como algo cada vez mais importante na área de gestão estratégica alinhado ao mercado competitivo. Diversos autores trazem a afirmativa de que o desenvolvimento humano é de suma importância para o crescimento das organizações uma vez que promovem relações mais comprometidas e saudáveis entre os colaboradores além de propiciar o crescimento da empresa (MESQUITA, 2012, *apud* TORRES; RODRIGUES, 2021, p. 18).

As organizações são compostas em sua essência por pessoas e estas possuem sonhos, objetivos e desejo de crescimento profissional. A gestão humanizada busca olhar para esses sujeitos em suas particularidades, entendendo sua função e importância dentro da organização, e dessa forma capacitando esses colaboradores de forma que não só a empresa cresça, mas que eles também possam se desenvolver (TORRES; RODRIGUES, 2021).

Essas empresas têm em mente um negócio que vai além da obtenção de lucros, possuem práticas conscientes, atuando com responsabilidade social corporativa, além de apresentarem resultados superiores em diferentes indicadores, tais como desempenho financeiro, satisfação dos colaboradores, satisfação dos consumidores, orientação para *Stakeholders*, uma cultura consciente e apresenta uma liderança servidora (MARTINS *et al*, 2019). Mostrando assim como a humanização dentro das empresas favorece o crescimento da empresa como um todo.

Alguns outros valores das empresas humanizadas é que elas buscam alinhar os interesses das partes envolvidas, trabalham numa proposta de política de portas abertas onde os colaboradores podem apresentar pessoalmente suas ideias e propostas, investem em treinamentos, criam ambiente de trabalho acolhedor, (SISODIA; WOLFE; SHETH, 2019).

Pensar em humanização dentro das empresas, implica em questões relacionadas a temáticas como a qualidade de vida no trabalho, um ambiente laboral apropriado e acolhedor, onde exista respeito entre os funcionários e gestores, uma organização onde a preocupação com seus colaboradores não é apenas “meramente ilustrativa”, mas é uma realidade possível e necessária. De acordo com Vergara e Branco (2001, p. 30) “empresas humanizadas serão cada vez mais necessárias e possíveis”.

Apesar de ser um tema de grande importância foi possível observar uma carência de artigos voltados para essa temática. Ao ser realizado um levantamento nas plataformas EBSCO, Google acadêmico e BDTD (Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações), foi construído o quadro 2, apresentando de forma sintetizada o tipo de estudo, ano de publicação, os objetivos de cada um e os autores dos artigos selecionados que mais se aproximavam da temática proposta.

Quadro 2 - Artigos Seleccionados

Nº	Título	Autores	Ano	Tipo de estudo	Objetivos
1	Humanização na admissão e treinamento em empresas aéreas.	Brunno Tognonato D'albergaria Pamplona	2022	Pesquisa de caráter exploratório e descritivo, através de pesquisas bibliográficas e entrevistas concedidas por profissionais especializados na aérea	Analisar os resultados dos processos de admissão e treinamento humanizados em empresas aéreas.
2	Avaliação do grau de humanização da gestão de pessoas de empresas do norte do estado de Santa Catarina na visão de profissionais da área de recursos humanos.	Guilherme Amauri Lorenzetti e Antônio José Santos.	2021	Pesquisa exploratória quantitativa-qualitativa, através da aplicação de um questionário no <i>google forms</i> .	Estabelecer um sistema de avaliação para a empresa entender seu nível de gestão humanizada na visão dos funcionários.
4	Empresas humanizadas: um estudo sobre organizações à luz do capitalismo consciente.	Ana Flávia Ibiapina de Patrício Ribeiro Leitão	2021	Método misto, coleta e análise de dados quantitativos; e uma segunda fase, que abrange a coleta e a análise de dados qualitativos	Compreender o quanto os gestores de empresas cearenses estão receptivos a integrar práticas humanizadas na rotina organizacional a partir dos e 4 pilares propostos

					pele Capitalismo Consciente.
5	Empresas humanizadas: exemplos de práticas emergentes no segmento da moda.	Ana Luiza Amancio Martins; Bruno Chicarelli Alcantara; Pedro Ernesto P. Paro; Mateus Cecílio Gerolamo;	2019	Pesquisa exploratória	Apresentar três exemplos de empresas com práticas humanizada, e como elas podem impactar positivamente as relações com os stakeholders dentro do segmento da moda.
6	A Humanização da Gestão de Recursos Humanos nas Organizações: um estudo de caso	Osvaldo de Matos Ferreira Rocha	2017	A metodologia utilizada foi revisão bibliográfica, aplicação de questionário sobre os tipos de humanização realizados na empresa e análise dos questionários.	O objetivo geral é analisar a influência das práticas de humanização dos recursos humanos no desempenho organizacional da Europca.

Fonte: Autoras (2023)

A partir desse levantamento de artigos é possível analisar a necessidade de estudos voltadas para a temática da humanização dentro das empresas, além de observar o papel e a atuação dos psicólogos dentro desses espaços. É importante refletir em como a psicologia tem contribuído para a construção e manutenção de empresas consideradas humanizadas e quais ações estão sendo realizadas que proporcionem uma melhoria no ambiente organizacional, que valorizem os colaboradores e que possibilitem a inclusão e escuta das necessidades desses sujeitos.

2.3 Qualidade de vida no trabalho e bem-estar

A preocupação com a saúde, a qualidade de vida e o bem-estar dos sujeitos no ambiente de trabalho, ganhou o interesse de psicólogos, cientistas sociais e administradores há várias décadas. No que se refere aos termos qualidade de vida no trabalho e o bem-estar dos trabalhadores, ainda não se chegou a um consenso por parte de estudiosos no que diz respeito a definição, enquanto alguns utilizam esses conceitos como sinônimos, outros preferem considerá-los complementares (FERREIRA; SOUZA; SILVA, 2012).

Embora não exista ainda um consenso quanto a definição conceitual de QVT, alguns pesquisadores consideram que esse termo engloba as condições de vida e do bem-estar das pessoas, grupos, comunidades, incluindo inclusive o planeta. Além desses fatores também podem ser citados a motivação, satisfação, condições de trabalho e estilo de lideranças (SUTTER *et al*, 2012).

Já os autores Barcaui e Limongi-França (2014) descrevem que o termo qualidade de vida normalmente está associado ao bem-estar dos colaboradores. “Seus aspectos incluem: saúde (física e psicológica), segurança, lazer, ergonomia, o próprio ambiente de trabalho, entre outros” (BARCAUI; LIMONGI-FRANÇA, 2014, p. 675).

A ideia de que o local de trabalho era apenas para prover o sustento pessoal e familiar, foi sendo alterado ao longo dos anos e cada vez mais as pessoas vem buscando oportunidades de emprego em instituições que oferecem um plano de carreira, planos de cargos e salários, com um clima organizacional harmonioso, e onde a qualidade de vida de seus colaboradores é colocada como prioridade (FREIRE, 2013).

Com base nisso, a finalidade das discussões acerca da qualidade de vida no trabalho é levar em consideração as necessidades sociais dos trabalhadores, bem como os aspectos físicos e tecnológicos que podem influenciar no desempenho desses sujeitos. E contribuir não só para a produtividade e eficácia organizacional, mas possibilitar também o desenvolvimento e aprendizado dos trabalhadores (FERREIRA; SOUZA; SILVA, 2012).

A qualidade de vida no trabalho (QVT) possibilita também um olhar para a saúde do trabalhador, buscando estratégias que possibilitem o bem-estar dos colaboradores. Quando o sujeito se sente parte importante dentro da organização,

sua motivação para a realização das atividades e sua produtividade tendem a aumentar, fator que favorece positivamente a saúde do trabalhador e a organização em si.

A melhoria da saúde por meio de novas formas de organizar o trabalho tem sido objeto de inúmeros artigos e obras publicadas sobre a denominação de qualidade de vida no trabalho (QVT) no Brasil o tema tem despertado o interesse de empresários e administradores pela contribuição que pode oferecer para a satisfação do empregado e a produtividade empresarial (LIMONGI-FRANÇA, 2004. p. 34).

Limongi-França (2004) relata que o trabalho de Walton (1975) fornece 8 categorias conceituais como critério de qualidade de vida no trabalho, sendo elas: compensação justa e adequada, condições de trabalho seguras e saudáveis, oportunidades imediatas para desenvolver e usar as capacidades humanas, oportunidades futuras para o crescimento contínuo e a garantia de emprego, integração social na organização, constitucionalismo na organização, trabalho e espaço total na vida do indivíduo e relevância social do trabalho.

Décadas depois, a psicóloga Limongi-França *et al* (2012) apresenta um novo modelo denominado BPSO (biológico, psicológico, social e organizacional) o qual se baseia nos estudos da OMS (Organização Mundial de Saúde).

Contudo, é importante considerar que, apenas a elaboração dos modelos em QVT não é suficiente. Ou seja, “estudar Qualidade de Vida no Trabalho vai além da leitura das teorias propostas anos atrás, não basta que a empresa tenha ações neste sentido, mas que seus funcionários possam sentir estas ações” (FREIRE, 2013, p. 5). Dessa forma, as ações de QVT devem ser percebidas pelos sujeitos dentro das organizações.

Algumas das contribuições da Qualidade de Vida no Trabalho citada por Freire (2013) é que o ambiente de trabalho se torna mais harmonioso e todos trabalham em prol de um objetivo em comum com a empresa. Os colaboradores ficam motivados a exercerem suas funções, estão capacitados devido aos treinamentos oferecidos, são bem remunerados, a empresa oferece um ambiente propício para execução das atividades. Este contexto torna possível a possibilidade de crescimento, onde todos passam a ser vistos de forma igualitária, com liberdade para que as opiniões sejam expressas, fazendo com que o funcionário se sinta orgulhoso por fazer parte da organização.

De acordo com Silva (2017) um ponto inicial e essencial para que uma organização seja consciente, estar relacionado com a criação de valor para os stakeholders, na perspectiva de clientes. Sendo assim, é importante que a organização questione sobre a criação de valor e de que modo é possível melhorar a qualidade de vida dos *stakeholders*. A qualidade de vida no trabalho, portanto, tende a ser pauta para empresas que procuram desenvolver uma cultura humanizada.

3 METODOLOGIA

3.1 Tipo de Estudo

A pesquisa se classifica como exploratória e descritiva, de natureza quantitativa e qualitativa. Foi aplicada uma escala de tabulação quantificável das respostas numa amostra de profissionais psicólogos atuantes em instituições certificadas pelo GPTW. Neste caso, foi possível identificar dados mais objetivos, tais como a quantidade de pessoas entrevistadas, quantidade de empresas selecionadas, tempo de atuação nas empresas, tempo de formação e outros levantamentos relevantes para a pesquisa.

De acordo com Severino (2017) a pesquisa exploratória busca levantar informações sobre um determinado objeto e delimitam um campo de trabalho, mapeando as condições de manifestação desse objeto. Já uma pesquisa descritiva possui um foco maior na descrição dos dados coletados, “Ou seja, descreve, registra, observa, analisa e relaciona os dados das características de um grupo social, de uma população, de um fenômeno, ou sobre as relações existentes no estudo” (ALMEIDA, 2021)

Foi realizado também um levantamento de artigos nas plataformas EBSCO host, google acadêmico e BDTD (Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações) com o objetivo de identificar o que estava sendo produzido de novo com relação ao tema de humanização nas empresas.

Com base nos achados, foi elaborado o quadro 3 com o fluxograma da pesquisa realizada, mostrando a quantidade de artigos encontrados, bem como quais os filtros e critérios de seleção.

Quadro 3 - Fluxograma

PLATAFORMAS	FILTROS	SELEÇÃO
EBSCO host	Artigos selecionados a partir da palavra chave empresas <i>and</i> humanização e dos filtros: 2015-2022, português. TOTAL: 05	Artigos escolhidos a partir da leitura do título, resumo, método e conclusão; TOTAL: 0
Google acadêmico	Artigos selecionados a partir da palavra chave empresas humanizadas e dos filtros aplicados em pesquisa avançada: 2015-2022, português. TOTAL: 88	Artigos escolhidos a partir da leitura do título, resumo, método e conclusão; TOTAL: 04
BDTD (Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações)	Artigos selecionados a partir da palavra chave empresas humanizadas e dos filtros: 2015-2022, português. TOTAL: 55	Artigos escolhidos a partir da leitura do título, resumo, método e conclusão; TOTAL: 01
		RESULTADO FINAL: 05

Fonte: Autoras (2023)

Durante a pesquisa, inicialmente foram encontrados um total de 148 artigos somando todas as plataformas e aplicando os filtros escolhidos. Porém, pensando na assertividade dos artigos a serem escolhidos, foram considerados como critério de inclusão os artigos cujo título indicava tratar do tema empresas humanizadas, além da leitura dos objetivos, introdução e método.

Dessa forma foram excluídos os artigos que não possuíam uma aproximação com a palavra-chave utilizada, os que não foram publicados entre os anos de 2015 a 2022 e aqueles que não estavam em português.

Após aplicar os filtros e selecionar os artigos na plataforma EBSCO host, foi considerado que nenhum artigo atendeu aos requisitos necessários dos filtros ou que o assunto não alcançava o foco do trabalho.

3.2 Universo e amostra

O universo da pesquisa foi o grupo de empresas de grande e médio porte classificadas pelo GPTW edição 2022. A amostra de 7 empresas foi selecionada através de indicação do próprio GPTW, as quais atenderam aos seguintes critérios: possuir profissional de Psicologia no seu quadro de colaboradores e aceitar participar da pesquisa através de aceite formal da carta de anuência.

Dessa forma, a amostra do estudo englobou profissionais psicólogos que atuam dentro dessas organizações, atuando no setor de gente e gestão, recursos humanos (RH), desenvolvimento humano, gestão de pessoas e outras nomenclaturas utilizadas para essa área.

Os indivíduos participantes da amostra foram convidados a participar da pesquisa pelas autoras do estudo recebendo em seu e-mail o link e a devida explicação para a resolução do questionário, depois da devida concordância ao Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

Foi informado aos participantes um dia limite para o envio e resolução do questionário, a fim de coletar os dados necessários para a pesquisa e investigar a atuação desse profissional dentro desse espaço de forma que possibilitasse obter esses dados em um tempo hábil para a coleta e análise dos dados.

3.3 Critérios de Inclusão / Exclusão

O Universo da pesquisa foi composto por profissionais psicólogos que atuam nessas empresas certificadas pelo GPTW e que atuem na área de gestão de pessoas, também conhecida como área de recursos humanos (RH), desenvolvimento humano, gente e gestão, entre outras nomenclaturas.

Foram excluídos da amostra todos aqueles participantes que informaram ter menos de um ano de atuação dentro da empresa, dessa forma foi buscado aplicar o questionário em profissionais que tinham um maior tempo de vivência dentro dessas organizações escolhidas e que possuíam uma maior familiaridade com a cultura

organizacional da instituição. Também foram excluídos todos os profissionais não psicólogos ou que não atuavam na área supracitada. Aqueles que porventura não assinaram o TCLE também não integraram a pesquisa.

3.4 Coleta de dados e Instrumento de Coleta

Os dados foram coletados através de um questionário, pois este é um instrumento de coleta de dados que permite ao participante responder a uma série de perguntas sem a presença do pesquisador, além da possibilidade de receber o instrumento por um meio de correspondência eletrônica, nesse caso através de e-mail (MARCONI, LAKATOS, 2003).

De acordo com Marconi e Lakatos (2003) o tipo de coleta de dados através de questionário apresenta algumas vantagens como a economia de tempo para a obtenção de grande número de dados, a possibilidade de atingir um grande número de pessoas simultaneamente, obtém também uma maior liberdade nas respostas, menor influência do pesquisador, entre outros.

A pesquisa em questão utilizou um questionário como forma de coleta de dados, onde foi enviado para o e-mail informado pelos participantes o link de acesso e a explicação para a resolução dele. A aplicação do instrumento foi realizada no cenário de pesquisa de cada participante, perante a disponibilidade de tempo do envolvido e após a assinatura do TCLE.

Houve uma breve descrição do instrumento e proposta da pesquisa a fim de explicar como funcionaria a resolução do questionário e o objetivo da pesquisa. Os participantes usufruíram do tempo que consideraram necessário para responder as perguntas e responderam ao questionário de forma individual, sem que prejudicasse o tempo limite estabelecido pelas pesquisadoras.

O questionário foi respondido de forma individual e solicitou alguns dados sociodemográficos, sem que o respondente precisasse se identificar ou citar a empresa da qual faz parte.

Trata-se de um instrumento elaborado pelas autoras da pesquisa, constituído de duas partes: A primeira, solicita dados sociodemográficos e a identificação das práticas de gestão de pessoas exercidas na organização onde o psicólogo atua. A segunda parte é composta pela escala de percepção sobre a humanização nas empresas, cujas perguntas estão dispostas no modelo *likert*, num

total de 18 questões, as quais investigam sobre categorias de análise baseadas no perfil das empresas humanizadas conforme critérios propostos por Sisodia, Wolfe e Sheth (2019).

As perguntas estão mais bem descritas e organizadas no apêndice. Foi realizado um pré-teste, antes da aplicação geral com os sujeitos da pesquisa.

3.5 Aspectos Éticos

Esta pesquisa foi submetida na plataforma Brasil, tendo sido aprovada CAAE 68236923.6.0000.5618. A pesquisa está de acordo com a resolução 466/12 do Conselho Nacional de Saúde (CNS) e foi submetida ao Comitê de Ética e Pesquisa da UNIFAMETRO. Todas as informações necessárias sobre a pesquisa estão presentes no TCLE que foram devidamente assinados por todos os pesquisados de forma espontânea e voluntária. O preenchimento do questionário foi realizado através do link disponibilizado no corpo do e-mail enviado para cada participante.

Vale reforçar que os participantes tiveram a sua identidade preservada, podendo desistir a qualquer momento do estudo e não sofrendo nenhum risco ou dano físico, mental ou social. Além de que, não foi necessária uma justificativa sobre o motivo da desistência deles, buscando dessa forma, respeitar a autonomia dos indivíduos em participar ou não.

3.6 Análise dos dados

Para obter os resultados dessa pesquisa o banco de dados foi digitado e, posteriormente, analisado dentro do *Google Forms* e em planilha Excel. A tabulação simples de frequência das respostas permitiu identificar os resultados da amostra nos cinco níveis de resposta propostos para os respondentes.

4 RESULTADOS E DISCURSÕES

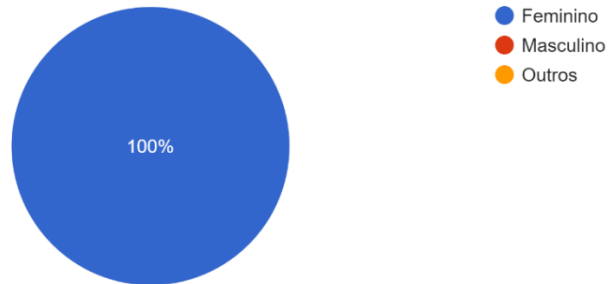
4.1. Dados sociodemográficos

Ao analisar os dados, foi possível perceber que a pesquisa abrangeu um total de sete profissionais que atuam na área de gestão de pessoas de empresas

humanizadas presentes no ranking do GPTW. A pesquisa conseguiu atingir apenas participantes do sexo feminino, conforme apresentado na figura 1.

Figura 1 - Identidade de gênero

7 respostas

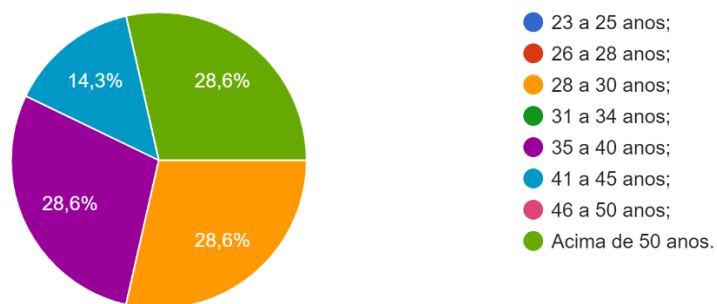


Fonte: Autoras (2023)

Outro aspecto observado foi a existência de uma variação entre as faixas etárias respondidas. Duas participantes responderam que possuem entre 28 a 30 anos, duas possuem entre 35 a 40 anos, uma está na faixa etária de 41 a 45 anos e duas assinalaram a opção acima dos 50 anos. A figura 02 apresenta o gráfico com os dados respondidos.

Figura 2 - Faixa etária

7 respostas

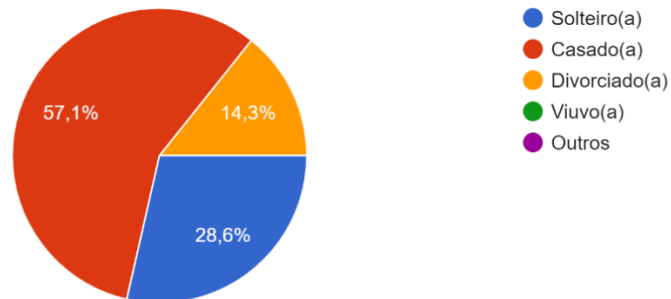


Fonte: Autoras (2023)

Da análise realizada foi possível constatar que no que se refere ao estado civil das participantes, o que apresenta a maior porcentagem de respostas foi o casado(a), obtendo o total de 04 respostas, indicando 57,1% e em seguida é observado a opção solteira, com duas respostas ou 28,6%, conforme indica a figura 03.

Figura 3 - Estado civil

7 respostas

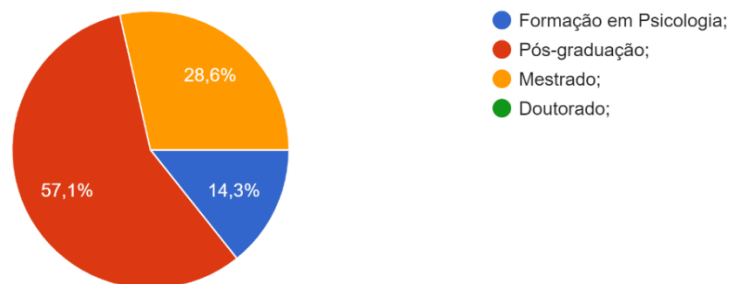


Fonte: Autoras (2023)

No que diz respeito a trajetória formativa das profissionais entrevistadas, é possível concluir que mais da metade possui uma pós graduação, alcançando o total de quatro respostas ou 57,1%, seguido por mestrado que obteve o total de duas respostas, representando 28,6% dos resultados e apenas uma participante respondeu que possui apenas a graduação em psicologia, representando 14,3%. Nenhuma das entrevistadas assinalou a opção doutorado.

Figura 4 - Formação acadêmica

7 respostas



Fonte: Autoras (2023)

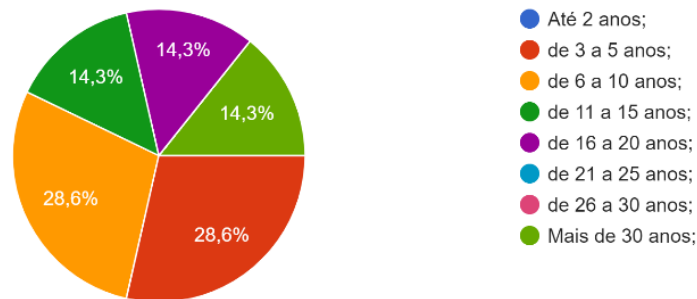
Além do levantamento de informações sociodemográficas dos participantes, foram realizadas perguntas voltadas à aspectos mais específicos no que diz respeito a atuação em empresas humanizadas.

No que se refere ao tempo de atuação nessas organizações que possuem uma cultura humanizada, foi percebido que duas profissionais atuam de 3 a 5 anos representando o total de 28,6% das respostas. Também foi analisado que a opção de

06 a 10 anos obteve duas respostas, que se refere a 28,6%, uma participante informou que atua de 11 a 15 anos, representado pelo percentual de 14,3% e com a mesma quantidade de respostas foi respondido que atuam de 16 a 20 anos e mais de 30 anos, conforme indicado na figura 05.

Figura 5 - Tempo de atuação em empresas humanizadas

7 respostas



Fonte: Autoras (2023)

Foi questionado também sobre a posição atual que cada entrevistado exerce dentro da organização e foi percebido que das resposta obtidas uma participante atua como consultora, uma exerce o cargo de analista de RH, duas estão na posição de coordenadora de RH e três atualmente se encontram como gerentes de RH ou gerente de gestão de pessoas, mudando apenas a nomenclatura, de acordo com o quadro 04.

Quadro 4 - Cargo em que atua

Cargo	Total de respostas	Porcentagem
Auxiliar de RH	-	-
Assistente de RH	-	-
Analista de RH	01	14,3%
Coordenador de RH	02	28,6%
Supervisor de RH	-	-
Business partner RH	-	-
Psicólogo(a) organizacional	-	-
Gerente de RH	03	42,9%
Consultor(a)	01	14,3%

Fonte: Autoras (2023)

Dessa forma, foi percebido que a maioria das participantes da pesquisa ocupam um cargo de gestão dentro da organização. Essa fator favorece no que diz respeito ao domínio dos processos e conhecimento a cerca da cultura e clima organizacional, além de possuírem um maior conhecimento quanto aos serviços e práticas humanizadas realizadas dentro da organização.

De acordo com o resultado do estudo realizado pelo GPTW (2022), as empresas participantes da pesquisa em sua composição 70% são homens e 30% são mulheres. Se tratando da alta liderança, o estudo revela que apenas 27% das mulheres conseguem chegar a esse nível.

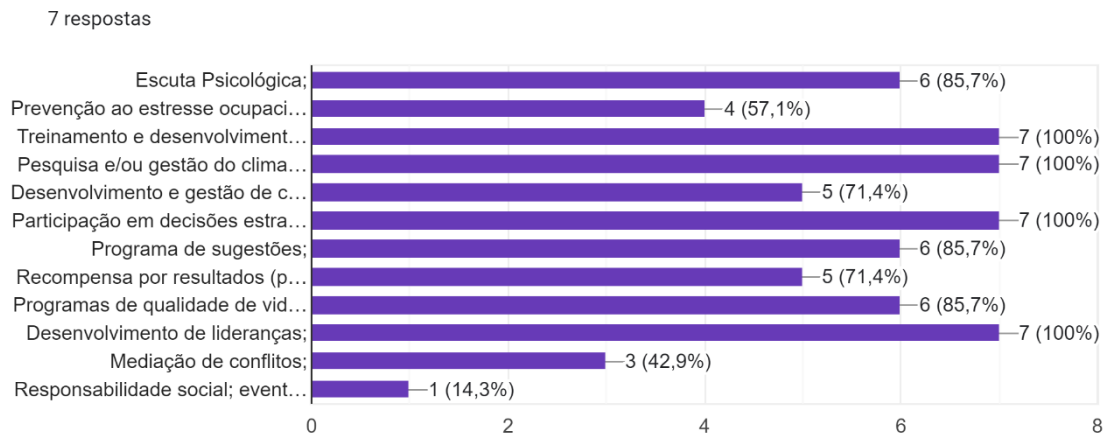
É possível afirmar que a pesquisa conseguiu alcançar mulheres que se encontram atualmente em cargos de gestão dentro dessas empresas humanizadas e que já possuem uma vivência mais abrangente, devido ao tempo em que atuam com organizações humanizadas.

Foi questionado também acerca das atividades oferecidas para os líderes e demais funcionários das instituições. Através da análise dos dados foi percebido que entre as opções, os serviços de Treinamento e desenvolvimento, Pesquisa e/ou gestão do clima organizacional, Participação em decisões estratégicas de gestão de pessoas e Desenvolvimento de lideranças foram assinalados por todas as participantes, ou seja, todos esses serviços receberam o total de 07 respostas.

Em seguida, com o total de 06 respostas, representando 85,7% dos resultados, os serviços que mais apareceram foram a Escuta psicológica, Programa de sugestões e Programa de qualidade de vida no trabalho.

Entre as opções de serviços sugeridos no formulário foi observado que o item que obteve uma menor porcentagem de respostas foi “ Mediação de conflitos”, tendo o total de 3 respostas, representando 42,9%. Além disso, é importante resaltar que foi acrescentado por uma das entrevistadas o serviços de Responsabilidade social e Eventos sociais. Esses dados podem ser percebidos na figura 06.

Figura 6 - Serviços oferecidos aos líderes e demais funcionários



Fonte: Autoras (2023)

De acordo com Sisodia, Wolfe e Sheth (2019) uma empresa humanizada busca maximizar seu valor para a sociedade como um todo e não apenas aos seus acionistas. São empresas criadoras de valores.

De acordo com Leitão (2021, p. 17) as empresas humanizadas são aquelas que “disseminam satisfação e impactam de maneira positiva o mundo, fazendo dele um lugar melhor e não são somente uma empresa que supera o mercado por uma porcentagem em certo período de tempo”. Dessa forma, essas instituições buscam apoiar causas sociais e agir com responsabilidade social.

Além disso, a preocupação com a qualidade de vida, ações que valorizem os colaboradores, oportunidades de treinamento e desenvolvimento, entre outras, são práticas desenvolvidas dentro de organizações humanizadas e que de acordo com as participantes estão presentes nas empresas em que atuam.

As empresas humanizadas possuem crenças relacionadas a valorização do ser humano, acreditam que podem impactar de maneira positiva todos os que estão ligados a ela direta ou indiretamente (LEITÃO, 2021).

4.2. Discussão dos resultados

Além dos dados sociodemográficos e do levantamento de serviços oferecidos aos líderes e colaboradores, a pesquisa também buscou investigar acerca da percepção das entrevistadas a respeito de sua atuação enquanto psicólogo(a) dentro da organização.

Diante disso, foi solicitado que respondessem também a escala de percepção sobre humanização nas empresas, onde cada entrevistado precisou avaliar numa escala 01 a 05 junto a frase que melhor representasse sua opinião, sendo 01 “discordo totalmente” e 05 “concordo totalmente”. As respostas foram separadas em categorias para melhor análise e compreensão dos resultados.

Quanto a relevância da psicologia no contexto de instituições humanizadas foi percebido que a maioria das profissionais percebem que há uma valorização da psicologia enquanto ciência e profissão dentro do ambiente de trabalho.

Além disso, a pesquisa também demonstrou que seis participantes responderam que concordam totalmente com a afirmação de que a formação em psicologia se mostrou como fundamental para o manejo da cultura organizacional, de acordo com o quadro 05.

Porém, no que diz respeito a afirmação que a formação em psicologia como a que mais os capacitou para a construção de uma cultura humanizada de trabalho, foi possível perceber que duas participantes marcaram que “nem concorda e nem discorda” dessa afirmação, enquanto quatro entrevistadas informaram que “concordam totalmente” e uma afirmou que concorda com a afirmação.

De acordo com Sisodia, Wolfe e Sheth (2019) empresas humanizadas buscam investir em benefícios para seus colaboradores, ganham a confiança deles e possibilitam que o ambiente de trabalho tenha um bom clima organizacional. “A paixão, energia, dedicação, espírito generoso e criatividade expansiva encontrados em todas as Empresas Humanizadas são todos produtos de sua cultura” (SISODIA; WOLFE; SHETH, 2019. p. 192).

A exemplo disso os autores citam a empresa SAS como a melhor multinacional para se trabalhar no mundo em 2012. A empresa busca valorizar as pessoas, oferecendo benefícios para os colaboradores e suas famílias e como retorno a empresa apresenta um baixo nível de rotatividade, os funcionários ficam mais engajados e a equipe se torna mais criativa. “Uma cultura forte, coesa e altamente motivadora é a marca registrada das empresas humanizadas” (SISODIA; WOLFE; SHETH, 2019. p. 192).

Quadro 5 - Relevância da Psicologia no contexto das Humanizadas

	Perguntas	1	2	3	4	5
--	------------------	----------	----------	----------	----------	----------

1a	A empresa valoriza a Psicologia como ciência, profissão e prática profissional				1	6
2a	A minha formação em Psicologia tem grande influência sobre a maneira como manejo a cultura organizacional.				1	6
3a	A Psicologia foi a formação que mais me capacitou para contribuir com a construção de uma cultura humanizada no trabalho.			2	1	4

Fonte: Autoras (2023)

É importante resaltar que as empresas humanizadas costumam apresentar uma maior abertura para ouvir ideias e opiniões de seus líderes e colaboradores, buscam alinhar os interesses de seus parceiros, afim de que todos sejam ouvidos.

Com base nisso, a pesquisa buscou investigar também como essas profissionais psicólogas sentem a abertura para aplicar seus conhecimentos dentro da instituição. No que se refere a afirmativa sobre se a política da empresa favorece para a aplicação de conhecimentos da psicologia para valorização e reconhecimento das pessoas, as respostas obtidas foram que a maioria “concorda totalmente” com essa afirmativa, embora uma entrevistada tenha ressaltado que “nem concorda e nem discorda”, outras duas concordam.

Sobre a autonomia para aplicar conhecimentos da psicologia e mediar situações diversas, a maioria das participantes informaram que concordam com a afirmação, uma informou que “nem concorda e nem discorda”. Já sobre a afirmação sobre a política e prática de retenção considerar os aspectos psicológicos dos colaboradores, a pesquisa mostrou que três participantes “concordam totalmente”, três “concordam” e uma “nem concorda e nem discorda” da afirmação. Esses dados estão melhor representados no quadro 6.

Quadro 6 - Abertura para aplicar conhecimentos da Psicologia nas HUmanizadas

	Perguntas	1	2	3	4	5
1b	As políticas e práticas da empresa favorecem que eu aplique conhecimentos da Psicologia para valorização e reconhecimento das pessoas.			1	2	4

2b	Tenho autonomia para aplicar conhecimentos da Psicologia para mediar situações diversas com pessoas no contexto da empresa.			1	1	5
3b	As políticas e práticas de retenção e reconhecimento da empresa consideram aspectos psicológicos dos funcionários.			1	3	3

Fonte: Autoras (2023)

A respeito da percepção quanto ao desenvolvimento humano nas organizações, as participantes informaram que “concordam” ou “concordam totalmente” com a afirmação que fala acerca de aplicarem conhecimentos da psicologia em projetos voltados para o desenvolvimento das pessoas.

Sobre a percepção das participantes acerca da valorização de conteúdos psicológicos na elaboração e prática de programas de desenvolvimento, foi possível observar que apenas uma profissional afirmou que “nem concorda e nem discorda” enquanto três assinalaram que “concordam” e as demais “concordam totalmente”.

Quando perguntado se percebem que o profissional de psicologia faz a diferença ao participar das atividades de desenvolvimentos as respostas obtidas foram que a maioria “concorda totalmente”, obtendo quatro respostas e três “concordam”. No quadro 07 é possível analisar as respostas das participantes.

Dessa forma, é possível perceber que “Empresas humanizadas são exemplares em seu foco em ajuda-los a maximizar o seu potencial através de treinamento, desenvolvimento e aconselhamento” (SISODIA; WOLFE; SHETH, 2019. p. 88). E nesse processo o papel da psicologia mostra-se como agregador na elaboração dos projetos de desenvolvimento.

Profissionais psicólogos podem auxiliar no desenvolvimento humano nas organizações, agregando conhecimentos da psicologia na elaboração e desenvolvimento de projetos.

Quadro 7 - Percepção sobre desenvolvimento humano nas Humanizadas

	Perguntas	1	2	3	4	5
1c	Aplico conhecimentos da Psicologia nos projetos voltados para o desenvolvimento das pessoas no trabalho.				3	4

2c	Percebo que a empresa valoriza conteúdos psicológicos na elaboração e práticas de programas de desenvolvimento humano.		1	3	3
3c	Percebo que o profissional de Psicologia faz diferença ao participar dos projetos de desenvolvimento da empresa onde atuo.			3	4

Fonte: Autoras (2023)

No que se refere a liderança, as empresas humanizadas buscam manter uma interação dos gestores com sua equipe. Nesse tipo de empresa os colaboradores frequentemente tem a oportunidade de comunicar-se com os líderes seniores (SISODIA; WOLFE; SHETH, 2019).

Na pesquisa foi possível observar que quando perguntado sobre a participação dos profissionais psicólogos em programas de lideranças humanizadas, as respostas mostraram que a opção “concordo totalmente” obteve o total de quatro respostas e a opção “concordo” obteve três respostas. Dessa forma é possível concluir que a psicologia tem se mostrado presente em programas de desenvolvimento de lideranças humanizadas.

Quando perguntado sobre a participação dos psicólogos na construção de um modelo de gestão humanizado, as respostas sofreram uma alteração maior em comparação com as demais. Quatro entrevistadas concordaram com a afirmação, duas concordaram totalmente enquanto uma afirmou que nem concorda e nem discorda, enquanto outra afirmou discordar da frase, de acordo com o quadro 08.

Porém ao ser questionado se a psicologia contribuiu para um estilo de liderança humanizado a maioria das participantes afirmaram concordar com a afirmação, representando um total de quatro respostas e duas sinalizaram concordar totalmente e apenas uma disse nem concordar e nem discordar.

O estilo de liderança em empresas humanizadas é mais conhecida como liderança servidora. São líderes humildes, discretos e possuem um estilo de vida modesto (SISODIA; WOLFE; SHETH, 2019).

Quadro 8 - Liderança nas humanizadas

	Perguntas	1	2	3	4	5
--	-----------	---	---	---	---	---

1d	Na minha empresa, profissionais de Psicologia tem participação em programas de desenvolvimento de lideranças humanizadas.				3	4
2d	Os psicólogos participam ativamente da construção de um modelo de gestão humanizado em nossa empresa.		1	1	2	3
3d	A Psicologia contribuiu significativamente para a construção de um estilo de liderança humanizado em nossa empresa.			1	4	2

Fonte: Autoras (2023)

Outro aspecto pesquisado foi sobre os processos de mudanças e se os profissionais de psicologia são solicitados a contribuir em situações adversas e as respostas variaram entre “concordo” com o total de quatro respostas e “concordo totalmente” com 3 respostas.

Sobre a atenção e o cuidado ao processos psicológicos dos funcionários as participantes responderam que “concordam” e “concordam totalmente” com a afirmação, de acordo com o quadro 09.

Quando perguntado se a alta gestão entende que os psicólogos devem contribuir com sua expertise em situações demandadas as respostas variaram entre “concordo” com 3 respostas e “concordo totalmente” com 4 respostas.

Quadro 9 - Processos de mudanças nas Humanizadas

	Perguntas	1	2	3	4	5
1e	Os profissionais de Psicologia são solicitados a contribuir com a condução ou mediação de situações de mudanças, adversidades ou estresse ocupacional.				4	3
2e	A empresa valoriza a atenção e cuidado aos processos psicológicos dos funcionários em situações de mudança ou conflitos.				4	3
3e	A alta gestão entende que os psicólogos devem contribuir com sua expertise em situações demandadas de mudança organizacional.				3	4

Fonte: Autoras (2023)

Quanto a prática profissional das entrevistadas, foi questionado acerca das atividades desempenhadas, se percebem que desempenham atividades que somente uma empresa humanizada daria oportunidade e foi percebido que com o total de quatro respostas, a maioria concorda totalmente com essa afirmação, uma concorda e duas nem concordam e nem discordam da frase.

Sobre a oportunidade de intervenção e projetos que só seriam possíveis em um ambiente humanizado, foi respondido que quatro profissionais concordam totalmente com a afirmativa, duas concordam e uma nem concorda e nem discorda.

No que diz respeito a oportunidade de atuar com atividades diferenciadas juntos aos funcionários, a maioria das entrevistadas respondeu que concordam totalmente, totalizando 05 respostas, uma concorda e uma nem concorda e nem discorda da afirmativa.

Quadro 10 - Diferenciação da prática do psicólogo

	Perguntas	1	2	3	4	5
1f	Percebo que realizo atividades como psicólogo, que somente uma empresa humanizada me daria oportunidade de fazê-lo.			2	1	4
2f	A empresa apresenta oportunidades de intervenção e projetos, as quais somente seriam possíveis numa ambiência humanizada de trabalho.			1	2	4
3f	Temos oportunidade de atuar com atividades diferenciadas junto aos funcionários, que contribuem para o bem-estar e saúde integral deles.			1	1	5

Fonte: Autoras (2023)

A partir dos resultados obtidos é possível observar dentro das empresas humanizadas pesquisadas, no Ceará, práticas voltadas para o treinamento e desenvolvimento dos líderes e colaboradores, ações voltadas para a valorização e cuidado do colaborador, serviços de pesquisa e gestão de clima, escuta psicológica, além da participação em decisões estratégicas.

“A função de recursos humanos (RH) é vital para a própria existência das empresas humanizadas. Acima de tudo, estas empresas são exemplares recrutadoras, gestoras, desenvolvedoras e motivadoras do talento humano” (SISODIA; WOLFE; SHETH, 2019).

Ter profissionais de psicologia atuando dentro do setor de gestão de pessoas nessas empresas facilita na percepção e atenção para o sujeito, contribui para a elaboração de projetos de desenvolvimentos, para a condução de processos de mediação de conflitos, além de permitir um olhar para o sujeito e as situações que podem causar adoecimento psíquico.

A psicologia dentro desses espaço possibilita ainda um olhar para o sujeito de forma biopsicosocial, contribuindo para a ampliação de práticas humanizadas dentro das organizações.

5 CONCLUSÃO

A atuação de psicólogos dentro de empresas humanizadas, mostrou-se como fundamental tendo em vista que, as relações são ofertadas com uma maior atenção e interação de todos os envolvidos, apresentando assim melhores resultados para as empresas.

O presente estudo apresenta uma análise sobre o papel da psicologia no processo de humanização das empresas humanizadas, buscando identificar quais práticas estão mais presentes nessas instituições e qual a percepção desses profissionais atuantes em empresas humanizadas.

O estudo pode vir a contribuir com a prática de futuros psicólogos e profissionais de recursos humanos que busquem adotar uma metodologia humanizada dentro das organizações, valorizando seus colaboradores, levando em consideração suas subjetividades e desenvolvendo espaços onde o colaborador possa ser reconhecido e valorizado. Este contribui ainda, com as pesquisas de futuros estudantes que tenham interesse nessa temática.

O estudo buscou considerar e agregar respostas de profissionais da área, com a intenção de suprir a grande lacuna sobre as práticas de psicólogos nas organizações humanizadas, tornando possível, a partir deste, contribuir com uma maior clareza sobre os rumos da profissão nestes contextos de trabalho emergentes no Brasil.

A presente pesquisa deparou-se com algumas limitações, tais como, o tempo para coleta de respostas que foi pequeno, além do fato de não ter conseguido alcançar um maior número de participantes. Por isso, propõe-se a realização de uma entrevista semiestruturada a fim de ouvir mais a respeito da atuação desses

psicólogos dentro de organizações humanizadas, buscando investigar questões que porventura não foram abordadas no formulário, além de agregar com a percepção e conhecimento desses profissionais atuantes nessa área.

Desse modo, a pesquisa poderia se beneficiar de um estudo mais aprofundado das práticas e ações desempenhadas por esses profissionais, pois apesar de conseguir, através dos resultados, destacar algumas práticas presentes dentro das empresas presentes no universo do estudo, não foi possível averiguar qual o manejo dessas práticas e em quais condições as mesmas são inseridas.

O estudo possibilita ainda, a análise dos dados referentes a gênero e posição ocupada dentro das organizações, ao apresentar nos resultados mulheres em cargos variados, incluindo cargos de gestão e liderança, demonstrando dessa forma que apesar de estudos mostrarem que a maioria dessas posições serem ocupadas por homens o presente estudo conseguiu alcançar apenas mulheres que estão em posição de gestão.

Os resultados demonstram uma variação no que diz respeito a idade e a formação acadêmica dentro do contexto das empresas humanizadas, permitindo a percepção de que, tais empresas não se limitam a esses dados específicos como fator de inclusão ou exclusão para atuação na mesma, mas buscam investir na capacitação dos profissionais envolvidos.

A partir da análise dos dados obtidos é possível propor questionamentos acerca da atuação desses profissionais, buscando investigar quais são os critérios utilizados por essas empresas humanizadas e certificadas pelo GPTW no momento de elaborar programas e propor serviços para seus colaboradores.

Durante o processo da escrita e pesquisa, foi possível perceber uma escassez de artigos e publicações atuais no Brasil, no que diz respeito ao papel da psicologia no processo de humanização de empresas, pontuando uma necessidade de mais estudos que apresentem um olhar mais amplo sobre a atuação de psicólogos dentro do contexto das organizações.

REFERÊNCIAS

BARCAUI, Andre; LIMONGI-FRANÇA, Ana Cristina. **Estresse, Enfrentamento e Qualidade de Vida: Um Estudo Sobre Gerentes Brasileiros**. Rio de Janeiro, v. 18, n. 5, art. 6, p. 670-694, 2014.

CÂNDIDO, Jéssica; SOUZA, Lindinalva Rocha de. **Síndrome de burnout: As novas formas de trabalho que adoecem**. Psicologia.pt, 2016. Disponível em <<http://www.psicologia.pt/artigos/textos/A1054.pdf>> Acesso em 01 out. 2022.

FERNANDES, Sônia R. P.; VASQUES-MENEZES, Ione. Organização do trabalho: implicações para a saúde do trabalhador. In: FERREIRA, Maria C.; MENDONÇA, Helenides. (orgs.). **Saúde e bem-estar no trabalho: dimensões individuais e culturais**. São Paulo: Casa do psicólogo, 2012. p. 261-275

FERREIRA, Maria C.; SOUZA, Marcos A.; SILVA, Cleide A. da. Qualidade de vida e bem-estar no trabalho: principais tendências e perspectiva teóricas. In: FERREIRA, Maria C.; MENDONÇA, Helenides. (orgs.). **Saúde e bem-estar no trabalho: dimensões individuais e culturais**. São Paulo: Casa do psicólogo, 2012. p. 79-103.

FREIRE, Matheus Guedes. **Qualidade de Vida no Trabalho**. Brasília: 2013.

GOMES, Fabrício Pereira; ARAÚJO, Richard Medeiros de. **Pesquisa quanti-qualitativa em administração: uma visão holística do objeto em estudo**. Seminários em administração, v. 8, p. 1-11, 2005.

LEITÃO, Ana Flávia Ibiapina P. R. **Empresas humanizadas: um estudo sobre organizações à luz do capitalismo consciente**. Fortaleza: 2021

LIMONGI-FRANÇA, Ana Cristina. Práticas de Recursos Humanos – PRH. **Qualidade de Vida , Saúde e Ergonomia**. São Paulo: Atlas, p. 167- 200. 2007.

LIMONGI-FRANÇA, Ana Cristina; **Qualidade de vida no trabalho – QVT: conceitos e práticas nas empresas da sociedade pós-industrial**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2004.

LIMONGI-FRANÇA, Ana Cristina. Et.al. **A influência do Traje Executivo: perspectivas acerca da Qualidade de Vida no Trabalho Pessoal e Organizacional**. XV SEMEAD, outubro de 2012.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia científica**. 5ed. Editora Atlas: São Paulo, 2003.

MARTINS, Ana Luiza Amancio; et al. **Empresas humanizadas: Exemplos de práticas emergentes no segmento da moda**. XXVI SIMPEP: 2019.

MATOS FILHO, Hélio Aparecido. Influência da administração científica nas organizações. **Revista Gestão Industrial**. Ponta grossa, v. 14, n. 1, p. 68-82. 2018. Disponível em <<https://periodicos.utfpr.edu.br/revistagi/article/view/6687>> Acesso em: 25 set. 2022

GPTW. Melhores empresas GPTW Ceará 2022.

MENDES, Orlei de Paula; *et al.* História da Psicologia Organizacional. **Anais da Jornada Científica dos Campos Gerais**, Ponta Grossa, v. 16, 2018. Disponível em: <<https://www.iessa.edu.br/revista/index.php/jornada/article/view/691>> Acesso em 03 set. 2022

MONEGO, Emília; *et al.* Teoria da administração e das relações humanas. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**. São Paulo, v.7.n.8. 2021. Disponível em <<https://periodicorease.pro.br/rease/article/view/1882/783>> Acesso em 25 set. 2022.

NEIVA, Elaine Rabelo (Brasília). Estatuto, 11/12/2001. **Estatuto: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PSICOLOGIA ORGANIZACIONAL E DO TRABALHO – SBPOT**, Brasília, 2013, p. 1-9, 2013. Disponível em: <https://www.sbpot.org.br/institucional/estatuto/>. Acesso em: 19 dez. 2022.

PEREIRA, E. F.; TOLFO, S. T. R. Estudos sobre sentidos e significados do trabalho na psicologia: uma revisão das suas bases teórico-epistemológicas. **Psicologia Argumento**, [S. l.], v. 34, n. 87, 2017. DOI: 10.7213/psicol.argum.34.087.AO02. Disponível em: <<https://periodicos.pucpr.br/psicologiaargumento/article/view/18252>>. Acesso em: 3 set. 2022.

ROCHA, Osvaldo de Matos Ferreira. **A humanização da gestão de recursos humanos nas organizações: um estudo de caso**. Porto, 2017 (p 49 – 62). Disponível em <<https://recil.ensinolusofona.pt/bitstream/10437/8546/1/Humanizac%cc%a7a%cc%83o%20Gesta%cc%83o%20RH%20VERSA%cc%83O%20FINAL.pdf>> Acesso em 20 set. 2022.

SBPOT. **Associação brasileira de Psicologia organizacional e do trabalho**. Acesso em: junho/2023.

SILVA, Rodrigo Ferreira da. **Estudos sobre o capitalismo consciente: uma análise da produção científica**. Brasília-DF: 2017.

SILVA, Vanessa Faria, *et al.* **Capitalismo consciente ou alienante? Análise crítica do discurso de um movimento de reforma do capitalismo**. V congresso brasileiro de estudos organizacionais. Curitiba, 2018.

SISODIA, Raj; WOLFE, David S. SHETH, Jag. **Empresas humanizadas: Pessoas, Propósito, Performance**. Trad. Silvia Morita. Rio de Janeiro: Alta books, 2019.

SUTTER, Mariana Bassi, *et al.* **A influência do traje executivo: perspectiva acerca da Qualidade de Vida no Trabalho Pessoal e Organizacional**. XV semeAd Seminários em administração. 2012.

TORRES, Cássia L.; RODRIGUES, Felipe de S.; REIS, Jozué B. dos. **Cultura humanizada: valorização do capital intelectual**. Vila velha: 2021. Disponível em

<<https://multivix.edu.br/wp-content/uploads/2022/03/cultura-humanizada-valorizacao-do-capital-intelectual.pdf>> Acesso em 01 out. 2022

VERGARA, Sylvia Constant; BRANCO, Paulo Durval. Empresa humanizada: a organização necessária e possível. **Revista de Administração de Empresas [online]**. 2001, v. 41, n. 2 pp. 20-30. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0034-75902001000200003>>. Acesso em: 6 set. 2022

ZANELLI, J. C.; BASTOS, A. V. B.; RODRIGUES, A. C. A. Campo profissional do psicólogo em organizações e no trabalho. In: ZANELLI, J. C.; BORGES-ANDRADE, J. E.; BASTOS, A. V. B. (orgs) **Psicologia, organizações e trabalho no Brasil**. Porto Alegre: Artmed, 2014. p. 549-582.

APENDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado(a) a participar de um estudo denominado **O PAPEL DA PSICOLOGIA NO PROCESSO DE HUMANIZAÇÃO DAS EMPRESAS**, cujo objetivo é descrever as atividades realizadas por psicólogos dentro de empresas humanizadas em Fortaleza.

Sua participação no referido estudo será de responder, um questionário, no qual irá relatar brevemente sobre as suas vivências em uma instituição humanizada. Bem como relatar a importância da psicologia durante esse processo de humanização.

Desta pesquisa, você pode esperar alguns benefícios, tais como promover um momento de reflexão acerca da sua atuação enquanto profissional psicólogo em uma organização humanizada, além de contribuir agregando na elaboração de material de estudo para futuros profissionais que desejam atuar na área com empresas humanizadas.

A pesquisa, porém, pode apresentar riscos e desconfortos psicológicos, tais como: sentir cansaço ou vergonha ao responder as perguntas, constrangimento ao relatar as experiências vividas em instituição humanizada, não entender o propósito da pesquisa ou alguma pergunta específica. E para minimizá-los, o questionário poderá ser respondido em um local e horário a escolha do participante, bem como será preservado os dados de identificação e as dúvidas que forem surgindo serão prontamente respondidas pelo pesquisador.

Esta pesquisa será realizada por meios virtuais, portanto, quanto aos riscos eletrônicos, segue as recomendações do conselho Nacional de Saúde, contidas na circular 02/2021. Neste caso, asseguramos que sua privacidade será respeitada, ou seja, seu nome ou qualquer outro dado ou elemento que possa, de qualquer forma, lhe identificar, serão mantidos em sigilo. Os dados serão baixados para dispositivo local de uso restrito do pesquisador. Dados em nuvem serão descartados logo após esta operação. Os convites serão feitos individualmente, não havendo quaisquer tipos de listagem.

Você pode se recusar a participar do estudo, ou retirar seu consentimento a qualquer momento, sem precisar de justificativa, e, se desejar sair da pesquisa, não sofrerá qualquer prejuízo à assistência que venha a receber. **A pesquisadora responsável pelo referido projeto é a professora Olivia Lima Guerreiro de Alencar, tendo como principal contato (85) 98877 7909 e email**

olivia.alencar@professor.unifametro.edu.br.

É assegurada a assistência durante toda pesquisa, bem como é garantido o livre acesso a todas as informações e esclarecimentos adicionais sobre o estudo e suas consequências, ou seja, tudo o que você queira saber antes, durante e depois de sua participação.

Enfim, tendo sido orientado (a) quanto ao teor de todo o aqui mencionado e compreendido a natureza e o objetivo do estudo, solicito seu livre consentimento em participar, estando totalmente ciente de que não há nenhum valor econômico, a receber ou a pagar, por sua participação.

No entanto, caso tenha qualquer despesa decorrente da participação na pesquisa, haverá ressarcimento em dinheiro de seus custos. De igual maneira, caso ocorra algum dano decorrente de sua participação no estudo, você será devidamente indenizado, conforme determina a lei.

Em caso de dúvida, reclamação ou qualquer tipo de denúncia sobre este estudo, você pode entrar em contato com o **Comitê de Ética em Pesquisa da Unifametro no telefone (85) 3206-6417, presencialmente no endereço Rua Conselheiro Estelita, nº 500 de segunda a sexta-feira, das 7h às 12h e das 13h às 16h ou por envio de e-mail ao endereço cep@unifametro.edu.br.**

Você receberá uma cópia deste termo e uma cópia será arquivada pelo pesquisador.

CONSENTIMENTO PÓS ESCLARECIDO

Declaro que após esclarecido e tendo entendido o que me foi explicado, concordo em participar do estudo.

Fortaleza, _____ de _____ de _____

Assinatura do pesquisado

Pesquisador responsável

APENDICE B – INSTRUMENTO DE PESQUISA**DADOS SOCIODEMOGRÁFICOS****Sexo:**

Feminino Masculino Outros

Idade:

23 a 25 anos;

26 a 28 anos;

28 a 30 anos;

31 a 34 anos;

35 a 40 anos;

41 a 45 anos;

46 a 50 anos;

Acima de 50 anos;

Estado civil:

Solteiro Casado Divorciado Viúvo Outros

Trajetória formativa (graduação, pós, especialização, MBA etc.)

Formação em Psicologia;

Pós-graduação;

Mestrado;

Doutorado;

Outros _____

TRAJETÓRIA PROFISSIONAL:**Tempo de formado:**

de 1 a 2 anos;

de 3 a 5 anos;

de 6 a 8 anos;

de 9 a 15 anos;

de 16 a 20 anos;

de 21 a 30 anos;

Mais de 30 anos;

Tempo de atuação com empresas humanizadas:

- até 2 anos;
- de 3 a 5 anos;
- de 6 a 10 anos;
- de 16 a 20 anos;
- de 21 a 25 anos;
- de 26 a 30 anos;
- Mais de 30 anos;

Cargo atual:

- Auxiliar de RH;
- Assistente de RH;
- Analista de RH;
- Coordenador(a) de RH;
- Supervisor(a) de RH;
- Business partner RH;
- Psicólogo(a) organizacional;
- Outros. Qual? _____

ATIVIDADES REALIZADAS PELO PSICOLOGO:

Quais destes serviços a empresa oferece aos seus líderes e demais funcionários?
Assinale aqueles que são praticados atualmente:

- Escuta Psicológica;
- Prevenção ao estresse ocupacional;
- Treinamento e desenvolvimento de pessoas;
- Pesquisa e/ou gestão do clima organizacional;
- Desenvolvimento e gestão de carreiras;
- Participação em decisões estratégicas de gestão de pessoas;
- Programa de sugestões;
- Recompensa por resultados (prêmios, remuneração variável);
- Programa de qualidade de vida no trabalho;
- Desenvolvimento de lideranças;
- Mediação de conflitos;

() outro: _____

ESCALA DE PERCEPÇÃO SOBRE HUMANIZAÇÃO NAS EMPRESAS - EPHU
--

Caro (a) Psicólogo (a),

Neste questionário você, vai encontrar uma série de frases que descrevem características das práticas dotadas em diferentes organizações de trabalho. Por favor, responda as questões propostas sobre sua atuação profissional numa empresa humanizada.

Para responder, leia as características descritas nas frases a seguir e anote junto a cada frase o número que melhor representa sua opinião, de acordo com a seguinte escala:

1	2	3	4	5
discordo totalmente	Discordo	nem concordo e nem discordo	concordo	concordo totalmente

1a	A empresa valoriza a Psicologia como ciência, profissão e prática profissional	
2a	A minha formação em Psicologia tem grande influência sobre a maneira como manejo a cultura organizacional.	
3a	A Psicologia foi a formação que mais me capacitou para contribuir com a construção de uma cultura humanizada no trabalho.	
1b	As políticas e práticas da empresa favorecem que eu aplique conhecimentos da Psicologia para valorização e reconhecimento das pessoas.	
2b	Tenho autonomia para aplicar conhecimentos da Psicologia para mediar situações diversas com pessoas no contexto da empresa.	

3b	As políticas e práticas de retenção e reconhecimento da empresa consideram aspectos psicológicos dos funcionários.	
1c	Aplico conhecimentos da Psicologia nos projetos voltados para o desenvolvimento das pessoas no trabalho.	
2c	Percebo que a empresa valoriza conteúdos psicológicos na elaboração e práticas de programas de desenvolvimento humano.	
3c	Percebo que o profissional de Psicologia faz diferença ao participar dos projetos de desenvolvimento da empresa onde atuo.	
1d	Na minha empresa, profissionais de Psicologia tem participação em programas de desenvolvimento de lideranças humanizadas.	
2d	Os psicólogos participam ativamente da construção de um modelo de gestão humanizado em nossa empresa.	
3d	A Psicologia contribuiu significativamente para a construção de um estilo de liderança humanizado em nossa empresa.	
1e	Os profissionais de Psicologia são solicitados a contribuir com a condução ou mediação de situações de mudanças, adversidades ou estresse ocupacional.	
2e	A empresa valoriza a atenção e cuidado aos processos psicológicos dos funcionários em situações de mudança ou conflitos.	
3e	A alta gestão entende que os psicólogos devem contribuir com sua expertise em situações demandadas de mudança organizacional.	

1f	Percebo que realizo atividades como psicólogo, que somente uma empresa humanizada me daria oportunidade de fazê-lo.	
2f	A empresa apresenta oportunidades de intervenção as quais somente seriam possíveis num ambiente de trabalho humanizado.	
3f	Temos oportunidade de atuar com atividades diferenciadas junto aos funcionários, que contribuem para o bem estar e saúde integral dos mesmos.	