



SÍNDROME DE *BURNOUT*: OS EFEITOS NOS VENDEDORES DE UMA CONCESSIONÁRIA DE VEÍCULOS

Eduardo Ferreira Chagas¹
Márcia de Albuquerque Alves²

RESUMO

O presente estudo de caso visa esclarecer e avaliar os efeitos da Síndrome de *Burnout* em vendedores de diversos setores de uma concessionária de veículo, por se tratar de uma empresa do ramo automotivo com diversos setores que juntos abrangem áreas afins. A fundamentação teórica baseia-se em estudos sobre a síndrome que tem o esgotamento profissional como um dos seus fatores predominantes, após descrição e embasamento teórico, para identificar os efeitos da síndrome, foi aplicado um questionário com um quantitativo de 13 vendedores de uma concessionária de veículos, sendo 7 homens e 6 mulheres de diversos setores de vendas. A análise ocorreu de forma quantitativa, os dados foram coletados e os percentuais analisados de acordo com índice de sintomas, através de questionário feito pelo autor do presente estudo baseando-se no Maslach Burnout Inventory (MBI-GS). Os resultados verificados com o universo de entrevistados mostraram que a Síndrome de Burnout se apresenta sim, em estágios iniciais em um quantitativo da amostra, porém com índices controláveis, os entrevistados estão realizados profissionalmente, no entanto em pequena escala apresentam características de exaustão emocional.

Palavras-chave: *Burnout*. Efeitos. Esgotamento Profissional.

ABSTRACT

The presente case report aims to clarify and evaluate effects of *Burnout* syndrome in sellers from many sectors of a vehicle dealership, although in an automotive branch company with several sectors that together cover areas and goals. The theoretical foundation based on studies on syndrome that has professional exhaustion as a predominated factors, after discretion and theoretical basement, to identify the effects of syndrome, a questionnaire was applied with a quantitative of 13 seller from a vehicle dealership, being 7 men and 6 women from many sales sectors. The analysis occurred quantitatively, the data were collected and the percentages analyzed according to symptom index, through a questionnaire made by the author of the present study based on the Maslach *Burnout* Inventory (MBI-GS). The results verified with the universe of interviewed reply show that *Burnout* syndrome in Early sample quantitative stages, with controllable indexes, the interviewed are professionally accomplished, however on a small scale They show characteristics of emotional exhaustion.

Key-words: *Burnout*. Effects. Professional exhaustion.

¹ Especialista em Gestão de Pessoas. Administrador. E-mail: eduardoadml@outlook.com

² Mestra em História na Universidade Federal da Paraíba. Editora Assistente da Editora UNIESP. Professora no Centro Universitário UNIESP. Professora Substituta da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB. E-mail: marciaalbuq2@gmail.com



1 INTRODUÇÃO

No atual cenário profissional a competitividade associada a crescente corrida pela superação profissional gera cada vez mais transtornos emocionais nos profissionais, tudo isso efeito de um mundo globalizado onde a excelência deve ser alcançada sempre.

A Síndrome de *Burnout* conhecida como a síndrome do esgotamento profissional se encaixa nesse contexto por estar presente no cotidiano desses profissionais que gradativamente se veem acometidos de uma forte exaustão emocional e física, bem como, diminuição de sua produtividade devido a perda da autoconfiança no ambiente de trabalho. Seu agravamento pode levar o indivíduo a ter problemas tanto no ambiente profissional onde a síndrome é desencadeada, como no seio familiar, pois a medida que sua vida profissional não lhe é mais prazerosa, essa frustração se reflete nas relações que o indivíduo mantém fora do ambiente de trabalho. Culmina, enfim, com o uso de remédios ou outros meios como válvula de escape para sua condição.

Diante desse contexto, questiona-se: qual a incidência da Síndrome de *Burnout* nos vendedores de uma concessionária de veículos e quais os efeitos nesses colaboradores? Para responder a esta inquietação, objetiva-se explicar os efeitos da Síndrome de *Burnout* nos vendedores de uma concessionária, analisando dados quantitativos para esclarecer o impacto da síndrome no colaborador para uma melhoria da qualidade de vida do mesmo no seu ambiente de trabalho, bem como, de que forma as empresas poderão efetuar melhorias nas condições de trabalho para reduzir a incidência da síndrome, a princípio identificando esses sintomas, analisando seus efeitos na vida do colaborador dentro e fora do ambiente de trabalho, avaliando de que forma a síndrome está impactando sua percepção de si mesmo como indivíduo no ambiente de trabalho, e por fim, demonstrar as empresas a importância do seu envolvimento na melhoria das condições de trabalho como base nas conclusões desse estudo.

Este estudo intenciona contribuir com estudos referentes a esta Síndrome, uma vez que é uma enfermidade relativamente jovem de pouco conhecimento por grande parte dos profissionais, tornando-se necessário analisar e demonstrar os seus efeitos em colaboradores de vendas de veículos para um melhor entendimento tanto dos profissionais, como das empresas, colaborando assim para melhorias nas condições de trabalho, e conseqüentemente, melhorar a permanência e rendimento profissional dos colaboradores.

No entanto sendo este tema atual, se faz pertinente no campo acadêmico, o estudo e aprofundamento da temática, para o embasamento teórico e prático dos futuros profissionais. O mundo corporativo do século XXI intensifica o trabalho mecânico e suas funções diárias conduzem ao colaborador, depois de um certo tempo, uma construção de identidade como engrenagem corporativa, assim este tende a se distanciar dos seus colegas de trabalho passa a desenvolver comportamentos autodepreciativos em relação a sua competência como profissional, duvidando de si, da sua profissão e dos motivos que o levaram a fazer suas escolhas profissionais.

Diante deste cenário, o presente estudo poderá se tornar uma importante ferramenta para esclarecer os efeitos da síndrome atendendo a uma demanda cada vez maior que as empresas têm em melhorar a qualidade de vida dos colaboradores em seus ambientes de trabalho para um melhor rendimento profissional bem como manter o colaborador motivado e engajado com a visão da empresa.



Para esse fim a metodologia usada será um estudo de caso de caráter quantitativo com a aplicação de um questionário composto de 19 afirmativas relacionadas aos sentimentos vivenciados pelos entrevistados em seus ambientes de trabalho

Estruturalmente, além dessa introdução constitui-se também de referencial teórico com material sobre o tema e a metodologia usada, na sequência análise dos dados obtidos, e por fim considerações finais e referências bibliográficas.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 SÍNDROME DE *BURNOUT*

Reconhecida inicialmente em 1974 pelo psiquiatra Herbert Freudenberger em um grupo de trabalhadores de uma Clínica da cidade de Nova Iorque, que apresentavam em sua maioria sintomas de: depressão, perda de energia, ansiedade, desinteresse pelo trabalho exercido, oscilação de humor, esgotamento físico, entre outros sintomas psicológicos, físicos e psicossomáticos. O mesmo denominou essa condição de Síndrome de *Burnout*.

Em um outro momento a psicóloga Cristina Maslach (1982) descreveu *Burnout* como uma síndrome que se caracteriza por esgotamento profissional, despersonalização e baixa realização pessoal, o qual pode ser desencadeada em quem trabalha em sua maioria em condições de elevado nível de exigência e estresse, responsabilidade e perfeccionismo. Ela é considerada uma pioneira do estudo da Síndrome de *Burnout*.

Seus primeiros trabalhos foram desenvolvidos com profissionais da área de saúde, devido a natureza da atividade para o qual é necessário o contato direto e constante com pessoas. Esses profissionais seriam os mais afetados devido ao fato de serem detentores de uma filosofia humanística no trabalho e, constantemente, veem-se obrigados a se adaptarem ao sistema de saúde, geralmente desumanizado e despersonalizado. (FIGUEIRAS e HIPPERT, 2002).

Segundo Maslach (1986) apud Souza *et al.* (2009), *Burnout* é definida como sendo uma síndrome psicológica caracterizada por reações que provocam no indivíduo a exaustão física e emocional, interfere de forma negativa nos relacionamentos com as pessoas, colegas e superiores e com o próprio trabalho, bem como sentimentos de falta de realização pessoal, eficácia e produtividade.

O próprio termo usado para nomear a síndrome remete a ideia de desconstrução ou destruição. Para Gianasi e Borges (2009, p.298), a expressão *Burnout* tem a gênese no idioma inglês e tem o significado de “queimar-se” ou “destruir pelo fogo de fora para dentro”; relaciona-se a algo que, por absoluta falta de energia, deixou de funcionar.

A Síndrome de *Burnout*, portanto, pode ser compreendida como uma condição psicológica que leva o indivíduo a problemas físicos e emocionais que se assemelham ao estado de exaustão, pode acometer profissionais submetidos a situações de estresse diário, demandando consumo de suas energias físicas e emocionais.



2.2 *BURNOUT* E MEIO AMBIENTE DE TRABALHO

O conceito de meio ambiente de trabalho é amplo, ele não se restringe apenas ao local onde o profissional exerce suas atividades, mais aos meios utilizados para exercer suas funções, o modo como lhes são cobrados resultados, a maneira como o profissional é tratado pelo empregador, colegas de trabalho e cliente final.

Para Celso Pacheco (2003), meio ambiente de trabalho é: “o local onde as pessoas desempenham suas atividades laborais, sejam remuneradas ou não, cujo equilíbrio está baseado na salubridade do meio e na ausência de agentes que comprometem a incolumidade físico-psíquica dos trabalhadores, independentemente da condição que ostentem (homens ou mulheres, maiores ou menores de idade, celetistas, servidores públicos, autônomos, etc.)”.

Alguns fatores podem desencadear a síndrome, dentre eles o assédio moral, pois em um ambiente hostil vários gatilhos podem levar o colaborador a um elevado grau de estresse. Mauricio Godinho (2016, p. 717) define assédio moral como:

Conduta reiterada seguida pelo sujeito ativo no sentido de desgastar o equilíbrio emocional do sujeito passivo, por meio de atos, palavras, gestos e silêncios significativos que visem o enfraquecimento e diminuição de autoestima da vítima ou da forma de tensão ou desequilíbrio emocional grave.

Dentro desse ambiente de trabalho o bem estar físico e mental dos profissionais pode ser afetado pelos vários tipos de assédio moral, seja o praticado por superiores hierárquicos (assédio vertical descendente), pelos colegas de trabalho do mesmo status hierárquico (assédio horizontal), ou mesmo por subordinados, quando o superior hierárquico torna-se a vítima (assédio vertical ascendente), levando o profissional a condições extremas de estresse no trabalho, o esgotamento profissional torna-se portanto gradativo.

A síndrome de *Burnout* resulta da combinação de dois fatores: condições do ambiente ou do trabalho e as próprias características do indivíduo (BALLONE, 2007). Para Maslach et al (1997), o culpado pelo desenvolvimento da síndrome de *Burnout* é o ambiente social em que o indivíduo trabalha.

2.3 OS COMPONENTES DA SÍNDROME DE *BURNOUT*

Vista inicialmente como uma síndrome de esgotamento profissional que acometia profissionais de áreas específicas, tais como, médicos, advogados, professores, a síndrome se mostrou atualmente mais abrangente, estando mais especificamente ligada a profissões que exigem de seus colaboradores uma grande demanda psíquica, com jornadas estressantes de trabalho, metas rígidas e excessivas dentre elas novas profissões foram inseridas nesse contexto, dentre elas, bancários, vendedores, motoristas e taxistas, policiais, bombeiros, controladores de tráfego aéreo, profissionais que trabalham com atendimento ao público entre outros.

Para Maslach (2005, p.41), as variáveis situacionais são relevantes no estudo da síndrome. Sendo um conceito multidimensional envolve três componentes, a saber:

Exaustão emocional – situação em que os trabalhadores sentem que não podem dar mais de si mesmo no aspecto afetivo.



Despersonalização – desenvolvimento de sentimentos e atitudes negativas e de cinismo às pessoas destinatárias do trabalho, endurecimento afetivo, “coisificação” da relação.

Falta de envolvimento pessoal no trabalho – tendência de uma evolução negativa no trabalho.

Outro fator também pode levar o profissional a desenvolver a síndrome, trata-se da perda de recursos pessoais e quando esses recursos se mostram irrelevantes para as necessidades do profissional, ou baixa remuneração, pois não poder cumprir com seus compromissos financeiros pode levar o indivíduo a desenvolver sentimento de frustração, ansiedade aumentando assim os efeitos da síndrome.

De acordo com Maslach e Leiter (1999), existem outros fatores do ambiente de trabalho que também influenciam no acometimento dessa síndrome, quais sejam: excesso de trabalho, a ausência de controle sobre a tarefa, a recompensa insuficiente, a falta de equidade, o colapso na união e os conflitos de valores.

2.4 OS EFEITOS DA SÍNDROME DE *BURNOUT* NO MERCADO DE VENDAS AUTOMOTIVO

Esgotamento físico e mental, depressão, estresse devastador, incapacidade de lidar com questões do dia a dia, esses são apenas alguns dos sintomas da Síndrome de *Burnout*. O mercado de trabalho globalizado exige muito dos profissionais, no meio automotivo com a competição entre marcas no âmbito global, e entre profissionais (vendedores) no âmbito local, é cada vez mais acirrada, a alta demanda por excelência em vendas, metas rígidas muitas vezes inalcançáveis leva o profissional de vendas de automóveis a desenvolver rapidamente os sintomas e sentir os efeitos da síndrome.

Segundo Sartori *et al.* (2008) a competição internacional, os novos modelos de gestão praticados pelas multinacionais, o crescimento do setor de serviços, dentre outros, incrementam importantes mudanças na organização do trabalho, repercutindo nos sistemas de gerenciamento e supervisão, nos processos de produção e na natureza das tarefas.

Problemas de sono, alimentação inadequada, incapacidade de se desligar do trabalho e por fim a frustração de não ter um retorno satisfatório, para profissionais de vendas de automóveis é uma rotina diária, toda essa carga de trabalho estressante trás inúmeras consequências para o vendedor. Alguns autores falaram sobre essas consequências. Para Maslach e Leiter, apud Trigo (2007, p.82),

[...] os indivíduos que estão neste processo de desgaste estão sujeitos a largar o emprego, tanto psicológica quanto fisicamente. Elas investem menos tempo e energia no trabalho, fazendo somente o que é absolutamente necessário e faltam com mais frequência. Além de trabalharem menos, não trabalham tão bem. Trabalho de alta qualidade requer tempo e esforço, compromisso e criatividade, mas o indivíduo desgastado já não está disposto a oferecer isso espontaneamente. A queda na quantidade de trabalho produzido é o resultado profissional do desgaste.



Batista *et al.* (2010), ressaltam que os efeitos do *Burnout* implicam consequências a curto e a longo prazo. Em um curto prazo são: a diminuição do autocontrole, do auto-respeito, da eficiência no trabalho e o alto nível de irritabilidade; e a longo prazo os efeitos são: a depressão, o possível surgimento de úlcera, hipertensão, entre outras, e o alcoolismo. Neste contexto essas consequências para o mercado de vendas automotivos gera uma alta rotatividade, levando ao desgaste do profissional e da dinâmica de vendas de uma concessionária.

Para Carloto e Gobbi (2003), estudos realizados nos Estados Unidos indicam que a síndrome de *Burnout* constitui-se em um dos grandes problemas psicossociais da contemporaneidade, desperta interesse e preocupação não só por parte da comunidade científica internacional, mas também das entidades governamentais, empresariais e sindicais norte-americanas e europeias, haja vista as graves consequências para os indivíduos e também para as organizações. Para o indivíduo, traz consequências para sua saúde e também sobre seu desempenho, e destaca-se a ocorrência de graves problemas psicológicos e físicos, que podem levá-lo à incapacidade total para o trabalho. Para as organizações, com repercussões econômicas e sociais.

3 METODOLOGIA

3.1 TIPO DE PESQUISA

Para o presente trabalho a abordagem aplicada é uma pesquisa qualitativa que é caracterizada por ser um método de pesquisa científica focada na subjetividade do objeto de análise. Nesse contexto, o objetivo da pesquisa é entender as nuances que não são quantificáveis.

Para Goldenberg (1997, p.34),

A pesquisa qualitativa não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc. Os pesquisadores que adotam a abordagem qualitativa opõem-se ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências, já que as ciências sociais têm sua especificidade, o que pressupõe uma metodologia própria.

Trata-se de uma metodologia que considera que existe uma conexão entre o mundo e o objeto de estudo que vai além da percepção traduzida em números e de teorias pré-concebidas.

[...] os pesquisadores qualitativos recusam o modelo positivista aplicado ao estudo da vida social, uma vez que o pesquisador não pode fazer julgamentos nem permitir que seus preconceitos e crenças contaminem a pesquisa. (GOLDENBERG, 1997, p.34)

Com relação aos objetivos trata-se de uma pesquisa descritiva, que tem por finalidade estabelecer relações entre variáveis, envolvendo técnicas de coleta de dados padronizados como questionários por exemplo. Segundo Gil (2002, p.14), “as pesquisas descritivas tem como objetivo a descrição das características de determinada população.”

Inicialmente a pesquisa tem um cunho bibliográfico, aprofundando em um estudo de caso. Com relação a obrigatoriedade da pesquisa bibliográfica em um trabalho científico, Marconi e Lakatos (1996, p.43) afirmam que:



Trata-se do levantamento de toda a bibliografia já publicada em forma de livros, revistas, publicações avulsas em imprensa escrita. Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo aquilo que foi escrito sobre determinado assunto, com o objetivo de permitir ao cientista o reforço paralelo na análise de suas pesquisas ou manipulação de suas informações.

Ainda segundo Vergara (2000, p.45), “a pesquisa bibliográfica é o estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, isto é, material acessível ao público em geral.” No tocante aos meios, a pesquisa configura-se em estudo de caso. Este método nos permite conhecer o posicionamento dos pesquisadores através de situações reais e suas relações sociais nesse ambiente de trabalho para uma melhor compreensão e avaliação do problema da pesquisa.

Para Triviños (1987), o grande valor do estudo de caso está no sentido de fornecer o conhecimento aprofundado de uma realidade delimitada que os resultados atingidos podem permitir e formular hipóteses para o prosseguimento de outras pesquisas. Segundo Ludke e André (1986), [...] estudos de caso se caracterizam pela ênfase na interpretação e no contexto dos fatos e buscam retratar a realidade de forma completa e profunda. Para Yin (2001, p.226),

Estudos de caso visam à descoberta e utilizam de uma variedade de fontes de informação. As características principais de um estudo de caso são: o caso deve ser completo, atribuindo importância na diferença entre o fenômeno pesquisado e o seu contexto, o estudo é planejado de forma que os dados obtidos produzam fortes evidências para sustentar as conclusões, além de aceitar perspectivas ou hipóteses que vão contra as adotadas no estudo; e, por fim, destaca que o relato deve ser atraente e objetivo, despertando a atenção do leitor.

Para esse estudo foram pesquisados vendedores de uma concessionária de veículos da cidade de Campina Grande, a qual, resguardando sua identidade, recebe o pseudônimo de STARK CARS. Os vendedores foram escolhidos pelos critérios de acessibilidade e intencionalidade. Os dados foram coletados através da aplicação de questionário *MBI-Maslach Burnout Inventory*, adaptado à realidade do campo de pesquisa pelo autor do presente estudo.

4 ESTUDO DE CASO

4.1 CARACTERIZAÇÃO DO AMBIENTE

A concessionária desse estudo localiza-se na cidade de Campina Grande, PB. Líder de vendas no seu segmento pelo segundo ano consecutivo, para fins de anonimato da mesma, seu nome, bandeira/marca que representa, e proprietários serão substituídos por nomes fictícios, *Stark Cars*. A concessionária foi inaugurada na cidade a 16 anos pelo proprietário fundador *Tony Stark*, trata-se de uma filial da sede que se encontra na cidade de Recife, PE. Ambas são dirigidas por um dos filhos do proprietário, *Peter Parker*, o mesmo administra um negócio lucrativo, mesmo no cenário atual de pandemia e crise financeira o faturamento se mantém em bons níveis e a grande demanda pelos carros, produtos e serviços da marca *Avengers*, eleva a concessionária a líder de vendas no segmento de automotivos leves da cidade. Sua atuação é a nível regional, denominada de microárea, pois seu público alvo de clientes



abrangem Campina Grande e cidades circunvizinhas, tendo em vista que a mesma é a única representante da bandeira *Avengers* na cidade, o fluxo de clientes é consideravelmente grande e vem de diversas localidades do estado da Paraíba.

Neste estudo os vendedores foram o público alvo do estudo de caso. Foi escolhida a equipe de vendas de veículos novos da bandeira *Avengers*, uma das marcas mais conhecidas e vendidas no mercado de automotivos leves nacional e mundial. Também fazem parte do estudo vendedores de veículos seminovos de diversas marcas que atuam na captação e vendas dos veículos de clientes que trocam seus carros usados por novos durante o processo de compra na concessionária, bem como vendedores de produtos da marca e parceiros de serviços ofertados no pós-vendas todos no mesmo ambiente, juntos compõem um escopo de 13 vendedores, divididos em: 7 homens e 6 mulheres, com idades entre 18 anos à 48 anos.

A rotina de trabalho dos vendedores tem uma carga horária de 44 horas semanais, a rotina diária começa com uma reunião de vendas composta por gerente de vendas, vendedores de veículos e vendedores de produtos da marca, onde são discutidas metas e direcionamentos seja para acompanhamento da carteira de clientes, que os vendedores chamam de vendas no direcionado, seja fluxo de loja e a gerente de vendas mantém a equipe a par das novidades em vendas e promoções da marca *Avengers* e seus produtos. Após isso começa uma rotina pessoal de atendimentos de clientes de visita a loja, atendimentos por telefone, processos de vendas e processos financeiros, bem como acompanhamento do pós-vendas (faturamento, verificação das instalações de acessórios, processo de emplacamento, entrega de veículos aos clientes etc.) Finalizam a rotina diária com agenda e acompanhamento dos processos. Eventualmente são realizados feirões da marca antes presenciais, agora online, onde a carga horária é ampliada para atingir alguma meta estipulada pela diretoria de vendas.

As metas são definidas mensalmente pelo diretor *Peter Parker*, e informadas todo início de mês pelo gerente de vendas a cada setor, os vendedores tem sua remuneração mensal composta de salário base mais gratificações por metas alcançadas, o não cumprimento das metas acarreta diminuição das gratificações, recebem também vale-alimentação, são oferecidos planos de saúde e odontológico com dedução de taxa na folha do vendedor. A estrutura da concessionária oferece condições apropriadas para desenvolvimento das atividades de trabalho, bem como lazer, com refeitório e sala de descanso, que por razões atuais decorrentes do cenário de pandemia estão funcionando parcialmente. A visão da empresa é ser a concessionária com maior índice de satisfação do cliente e exemplo de qualidade do setor.

4.2 APRESENTAÇÃO DOS DADOS

Para a coleta dos dados foi utilizada aplicação de um questionário chamado MBI-GS (*Maslach Burnout Inventory-General Survey*). Foi desenvolvido no início de 1980, por *Maslach* e *Jackson*, que se basearam em um modelo de três fatores para medir a exaustão emocional (sensação de estar sobrecarregado e esgotado emocional e fisicamente), o cinismo (compreendido como a dimensão interpessoal, apresenta-se como uma resposta negativa e insensível aos vários aspectos do trabalho) e a realização pessoal (autoavaliação que traz sentimentos de incompetência e falta de realização e produtividade no trabalho). Por ser um questionário adaptado para a realidade do objeto de estudo o mesmo foi utilizado, sobre esse questionário especificamente,

Maslach e Leiter (2001, p.57) afirmam:



A variação do MBI-GS do questionário é utilizada para populações com diversos tipos de ocupação, que avalia as mesmas três dimensões, mas mantendo uma estrutura de fator consistente com diversas ocupações e não apenas com as relações pessoais do trabalho.

O questionário utilizado, compõem-se de perguntas específicas construídas e validadas pelo autor Eduardo Ferreira Chagas (2021), baseado em Maslach (2001) (Anexo 1), com 18 perguntas sobre as variáveis de *Burnout* e 4 perguntas sobre o perfil do público alvo. Sobre a definição de questionário Gil (2002, p.128) definiu como:

Técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas etc.

Ainda sobre as vantagens do uso do questionário, Gil (2002, p.129) ressalta que:

[...] implica menores gastos com pessoal, posto que o questionário não exige o treinamento dos pesquisadores; garante o anonimato das pessoas; permite que as pessoas o respondam no momento em que julgarem mais conveniente; não expõe os pesquisadores à influência das opiniões e do aspecto pessoal do entrevistado.

O questionário foi aplicado no período de uma semana no mês de Fevereiro de 2021, com um público alvo de 13 pessoas com o objetivo de verificar a incidência e dimensão de *Burnout* no público alvo.

4.3 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

A análise e interpretação dos dados foi realizada por meio da interpretação de um questionário chamado MBI-GS, composto por 18 afirmativas sobre as variáveis da Síndrome de *Burnout* e 4 perguntas censitárias. Segundo Gil (2002, p.168), a análise dos dados tem como objetivo organizar e resumir os dados de tal forma que possibilitem o fornecimento de respostas ao problema proposto para investigação. Já a interpretação tem como objetivo a procura do sentido mais amplo das respostas o que é feito mediante sua ligação a outros conhecimentos anteriormente obtidos.

Para a interpretação e análise dos dados a participação do acadêmico ocorreu como aplicador do questionário e interpretador dos questionamentos tomando como referência as dimensões da Síndrome de *Burnout*. Foi aplicado o questionário para um quantitativo de 13 vendedores, de ambos os sexos, 6 mulheres e 7 homens de setores diferenciados de vendas. A classificação utilizada foi de 0 a 6 sendo, 0 nunca, 1 algumas vezes ao ano ou menos, 2 uma vez ao mês ou menos, 3 algumas vezes durante o mês, 4 uma vez por semana, 5 algumas vezes durante a semana e 6 todo dia. As três dimensões da síndrome dividem-se da seguinte forma no questionário: Primeira Dimensão (exaustão emocional) questões de 1 a 7 conforme quadro 1.

Quadro 1 – Análise de Frequência Dimensão Exaustão Emocional

Questões	0	1	2	3	4	5	6
----------	---	---	---	---	---	---	---



1.Sinto-me esgotado(a) emocionalmente em relação ao meu trabalho		7,69	23,07	23,07		46,15	
2.Sinto-me exausto no final da minha jornada de trabalho	7,69	15,38	7,69	7,69	7,69	15,38	38,46
3.Levanto-me cansado(a) e sem disposição para realizar o meu trabalho	30,76	23,07	23,07	23,07			
4.Trabalhar o dia todo é realmente motivo de tensão para mim	46,15	15,38	7,69		23,07	7,69	
5.Sinto-me acabado por causa do meu trabalho	30,76	7,69	15,38	23,07	23,07		
6.Tenho que desprender grande esforço para realizar minhas tarefas laborais	38,46	15,38	7,69	7,69	7,69		23,07
7.Só desejo fazer o meu trabalho e não ser incomodado	38,46	7,69	23,07			15,38	15,38
Média Geral da Dimensão	32,04	13,18	15,38	16,91	15,38	21,15	25,63

Fonte: Elaborado pelo Autor (2021)

Conforme quadro 1, verifica-se na média geral na dimensão de exaustão emocional que, 32,04% dos entrevistados não sofrem desta exaustão nas suas atividades. Entretanto 25,63% relatam que sofrem a mesma todo dia e 21,15% algumas vezes durante a semana. Mostrando assim manifestação inicial da síndrome em um quantitativo de 46,78% dos entrevistados.

Dentro das sete questões aplicadas verificou-se a maior pontuação referente a síndrome de *Burnout*, a questão 2 onde relata que 38,46% dos entrevistados sentem-se exaustos no final da sua jornada de trabalho todos os dias. Já a questão 1 mostra que 46,15% dos entrevistados sentem-se esgotados emocionalmente em relação ao seu trabalho algumas vezes durante a semana. Em contra partida 46,15% dos entrevistados responderam que trabalhar o dia todo não é motivo de tensão e 38,46% dos entrevistados não têm que desprender grande esforço para realizar suas tarefas laborais nem desejam fazer apenas seu trabalho sem serem incomodados, demonstrando satisfação com suas atribuições.

Segunda Dimensão (despersonalização) questões de 8 a 12 conforme quadro 2.

Quadro 2 – Análise de Frequência Dimensão Despersonalização

Questões	0	1	2	3	4	5	6
8.Não sinto mais tanto amor pelo meu trabalho como antes	46,15	15,38	15,38	15,38	7,69		
9.Tornei-me mais descrente sobre se o meu trabalho contribui para algo	53,84	23,07	7,69	7,69			7,69
10.Sinto que estou no emprego apenas pelo salário	46,15	30,76	7,69				15,38
11.Penso que não importa o que eu faça, nada vai mudar no meu trabalho	30,76	38,46	7,69	7,69			15,38
12.Sinto que não acredito mais na profissão que exerço	84,61	7,69				7,69	
Média Geral da Dimensão	52,30	23,07	10,25	10,25	7,69	7,69	12,81

Fonte: Elaborado pelo Autor (2021)

Conforme quadro 2, referente a dimensão de Despersonalização verificou-se que na média geral da dimensão 52,30% dos entrevistados não sofrem de despersonalização. Logo 10,25% manifestaram início dessa dimensão, pois algumas vezes durante o mês possuem os



sentimentos citados nas questões 8 a 12. Por fim, uma média de 12,81% dos entrevistados, apresentam sintomas da síndrome pois responderam que todos os dias apresentam os sentimentos citados. Um quantitativo de 15,38%, pensam todo dia que não importa o que faça, nada vai mudar no seu trabalho e que estão no emprego apenas pelo salário, em contra partida 84,61% dos entrevistados sentem que acreditam na profissão que exercem, 58,84% acreditam que seu trabalho contribui para algo e 46,15% sentem que amam seu trabalho como antes, evidenciando um estágio controlado da dimensão.

Terceira Dimensão (realização profissional) questões de 13 a 18, conforme quadro 3.

Quadro 3 – Análise de Frequência Dimensão Realização Profissional

Questões	0	1	2	3	4	5	6
13.Sinto-me entusiasmado quando realizo algo no meu trabalho			7,69		7,69	23,07	61,53
14.Realizei muitas coisas valiosas no meu trabalho			7,69		15,38	30,76	46,15
15.Posso efetivamente solucionar os problemas que surgem no meu trabalho	7,69		7,69	15,38	7,69	15,38	46,15
16. Sinto que estou dando uma contribuição efetiva para essa organização			7,69	7,69	7,69		76,92
17.Na minha opinião sou bom no que faço			7,69	7,69	7,69	7,69	69,23
18.Sinto-me realizado profissionalmente no meu trabalho		7,69		7,69	15,38	23,07	46,15
Média Geral da Dimensão	7,69	7,69	7,69	9,61	10,25	19,99	57,68

Fonte: Elaborado pelo Autor (2021)

Conforme quadro 3, referente à dimensão de Realização Profissional, verifica-se que na média geral da dimensão 57,68% dos entrevistados sentem-se realizados com seu trabalho. A segunda maior média foi de 19,99% dos entrevistados que responderam que algumas vezes durante a semana sentem-se realizados profissionalmente. Verifica-se ainda que a classificação 0 obteve média de 7,69% que corresponde a menos que 2 pessoas insatisfeitas neste universo de entrevistados. Analisa-se então que os colaboradores em sua maioria não apresentam síndrome de *Burnout* em relação a dimensão de realização profissional.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O mercado de trabalho sofre mudanças todos os dias, para o profissional esse ambiente pode ser estressante e exaustivo. Como individuo o ser humano passa por constantes mudanças psicológicas ao longo da vida, as metas e prioridades antes tão almeçadas perdem sua relevância ao longo dos anos. Quando esse mesmo individuo executa suas atividades com prazer e recebe o devido reconhecimento pelas suas conquistas o psicológico reage em sincronia, porém quando o inverso acontece as consequências para o bem-estar psicológico podem ser devastadoras.

Nesse universo surge a Síndrome de *Burnout* como uma resposta para os sentimentos de exaustão, distanciamento e sensação de fracasso profissional. Segundo Campos (2005), *Burnout* é uma resposta do organismo a um estado de estresse prolongado, crônico, instalado, gerando situações de enfrentamento que não foram utilizadas, falharam ou não foram suficientes. Sendo assim, o estresse predomina nas atividades desenvolvidas nas organizações. Portanto após estudar para ter um melhor entendimento sobre a síndrome verificou-se que os efeitos dela embora sutis podem ser observadas e mesmo em um ambiente de estresse



continuo o indivíduo estando satisfeito com suas atividades pode determinar a influência dos sentimentos que caracterizam a Síndrome de *Burnout*.

A aplicação do questionário se deu em um universo de 13 vendedores, sendo 7 homens e 6 mulheres, com idades entre 25 a 45 anos, boa parte com nível superior. A primeira dimensão pesquisada foi de Exaustão Emocional, onde verificou-se que 32,04% dos entrevistados não apresentam índices de sofrimento desta dimensão, porém 25,63% relataram que sofrem de algumas das variáveis todos os dias e 21,15% algumas vezes durante a semana. Verificou-se assim manifestação inicial da síndrome em 46,78% dos entrevistados evidenciando pré-disposição do universo estudado para a dimensão de exaustão emocional. A segunda dimensão pesquisada refere-se à despersonalização, onde 52,30% dos entrevistados apresentaram este índice como zero. Um quantitativo de 84,61% dos entrevistados acreditam nas suas profissões, 58,84% na relevância e contribuição das suas atividades, 45,15% amam seu trabalho, os números evidenciam estágio controlado da segunda dimensão no universo estudado. Quanto a terceira dimensão referente a Realização Profissional, 57,68% dos entrevistados dizem-se realizados todos os dias.

Respondendo ao objetivo geral, neste universo de vendedores entrevistados verificou-se sim a incidência de *Burnout* embora de forma moderada e em estágio inicial, entretanto no que se refere a segunda e terceira dimensões de *Burnout* o universo pesquisado mostra índices controláveis, com relação especificamente a dimensão de despersonalização os índices foram positivos, mostrando empatia e otimismo no ambiente de trabalho dos vendedores entrevistados. Em um cenário de vendas composto por pressão das metas e por cobranças de alta produtividade, o equilíbrio mental encontrado pelos vendedores no dia a dia das vendas na concessionária estudada foi determinante para encontrarmos características de resiliência, otimismo e realização profissional. Características que são o oposto das que compõem as dimensões da Síndrome de *Burnout*, exaustão emocional, despersonalização, não realização profissional.

Sugere-se, portanto, pesquisas futuras e trabalhos motivacionais voltados para relaxamento emocional dos colaboradores por parte da concessionária estudada para melhoria dos índices referentes a primeira dimensão da Síndrome de *Burnout*, pesquisas e novas entrevistas que podem futuramente justificar ou não as respostas gerais do presente estudo. Bem como acompanhamento psicossocial para os mesmos melhorando assim os efeitos da Síndrome, evitando que os colaboradores apresentem no futuro índices maiores nas outras dimensões da Síndrome de *Burnout*.

REFERÊNCIAS

BALLONE, GJ. – **Síndrome de *Burnout*** – in. Psiqweb, Internet, disponível em www.psiqweb.med.br, revisto em 2009. Acesso em 13/02/2021.

CAMPOS, Rosângela Galindo. ***Burnout. Uma revisão integrativa na enfermagem oncológica.*** [Dissertação de mestrado em enfermagem]. Escola de enfermagem de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, 2005.

FIORILLO. Celso Antônio Pacheco. **Curso de Direito Ambiental Brasileiro**, 4º ed. São Paulo: Ed. Saraiva, 2003.

GODINHO. Mauricio Delgado. **Curso de Direito do Trabalho**, 15º ed. São Paulo: Ed. LTR Editora LTDA, 2016.



GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar**. Rio de Janeiro: Record, 1997.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GIANASI, L.; BORGES, L. **Síndrome de *Burnout* no setor de transporte de Natal**. Psicologia: Teoria e Pesquisa. Vol.25. n 3, pp 297-305. 2009.

LÜDKE, M.; ANDRÉ, M.E.D.A. **Pesquisa em Educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: EPU, 1986.

MASLACH, Cristina. **Burnout. The Cost of Caring**. Englewood Cliffs, NJ. Prentice-Hall, 1982.

MARKONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisas: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**. São Paulo: Atlas, 1996.

MASLACH, C.; LEITER, M.P. **The truth about Burnout: How organization cause personal stress and what to do about it**. San Francisco: Jossey-Bass. 1997.

MASLACH, C.; LEITER, M.P. **Trabalho: fonte de prazer ou desgaste**. Campinas: Papirus, 1999.

MASLACH, C. **Entendendo o *Burnout***. In. A.M. ROSSI, P.L., Perrewé, & S.L. Sauter (Eds.), **Stress e qualidade de vida no trabalho** (pp. 41-55). São Paulo, SP: Atlas, 2005.

SOUSA, I.F.; MENDONÇA, H. ***Burnout* em professores universitários: impacto de percepções de justiça e comprometimento afetivo**. Psicologia e Pesquisa. Out-Dez 2009, Vol.25, n.4, p. 499-508.

TRIVIÑOS, A.N.S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo, Atlas, 2000.

YIN, R.K. **Estudo de Caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, p. 226-228, 2001.