

# Qualidade de Vida no Trabalho: o Caso de uma Gráfica Universitária - Rs

**Eduardo Pereira Gerhardt**  
dudusma@yahoo.com.br  
UNIFRA

**Élio Sérgio Denardin**  
eliodenardin@hotmail.com  
UNIFRA

**Flaviani Souto Bolzan Medeiros**  
flaviani.13@gmail.com  
UFSM

**Andreas Dittmar Weise**  
mail@adweise.de  
UFSM

**Raquel Dalvit Flores**  
raqueldalvit@hotmail.com  
UFSM

**Resumo:** Com o avanço da globalização, as fronteiras que poderiam isolar as empresas das pressões competitivas do mercado, simplesmente, deixaram de existir. Diante dessa nova realidade, se fizeram necessárias mudanças no ambiente dos negócios e investir no capital humano é investir no diferencial e no agente responsável por grande parte do sucesso de toda e qualquer empresa. E a Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) traz benefícios não somente para os colaboradores, mas também para a própria empresa que a proporciona, ou seja, funcionários motivados, estimulados, reconhecidos e com boas condições de trabalho trazem, conseqüentemente, bons resultados. Nesse sentido, esse artigo tem como objetivo identificar o grau de satisfação dos funcionários de uma empresa do ramo gráfico na cidade de Santa Maria - RS a respeito da qualidade de vida no trabalho. Para isso, foi realizada uma pesquisa quali-quantitativa, do tipo descritiva, por meio de um estudo de caso na referida gráfica, por meio da aplicação de um questionário elaborado com base no modelo de Walton (1973), composto por 22 questões fechadas, no qual foram observados os indicadores de QVT. Entre os resultados, destaca-se que os colaboradores encontram-se satisfeitos com a qualidade de vida proporcionada pela empresa. Porém, existem alguns pontos de descontentamento, como no caso da falta de investimento em qualificação dos colaboradores. Por isso, sugere-se, visando melhorar a satisfação dos mesmos, bem como solucionar possíveis gargalos criados por descontentamento ou despreparo, uma maior atenção na área de recursos humanos, melhorando assim o quadro de insatisfação existente.

**Palavras Chave:** Gestão de pessoas - QVT - Gráfica - -



### 1. INTRODUÇÃO

Com o avanço da tecnologia e o aumento da globalização, os cenários macroeconômicos, o comércio exterior e as relações sociais têm se transformado de forma cada vez mais rápida e acentuada, com um impacto sobre o ambiente empresarial. Para sobreviverem em meio a este ambiente competitivo, as empresas precisam constantemente aperfeiçoar seus processos de gestão, já que em função da competitividade surge entre as organizações um novo conceito, onde a pessoa e seu capital intelectual tornam-se o diferencial dos processos de produções e prestações de serviços.

Nessa nova era, busca-se um ambiente inovador, no qual deve haver a busca pela qualidade, produtividade e satisfação do cliente externo, porém, para isto é necessário à empresa satisfazer primeiro seu cliente interno através de mecanismos que motivem e tornem o colaborador como principal parceiro da organização. Neste ambiente, a Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) é fortemente abordada, através de distintos programas e ações que buscam propiciar a sua melhora (LIMONGI-FRANÇA, 2010).

Bitencourt (2012) afirma que durante muitos anos quando se falava em qualidade de vida nas empresas, lembrava-se de produção. Atualmente, a qualidade de vida está relacionada com o bem-estar dos colaboradores da empresa, as quais tendo um bom ambiente para desenvolver suas tarefas e fazendo parte de uma gestão mais participativa, são estimulados a uma maior produtividade, alcançam um bom desempenho profissional, o que por sua vez, torna a empresa mais competitiva no mercado.

Com base nesse contexto, esse artigo tem como objetivo identificar o grau de satisfação dos funcionários de uma empresa do ramo gráfico na cidade de Santa Maria - RS a respeito da qualidade de vida no trabalho. Esse estudo justifica-se pelo fato de que as organizações que buscam ser competitivas devem ter uma grande preocupação com a QVT, já que é um dos diferenciais e um dos agentes responsáveis por grande parte do sucesso de todo e qualquer negócio. Considerando que trabalhadores pouco satisfeitos e desmotivados apresentam altos índices de absenteísmo, rotatividade e acidentes de trabalho, com reflexos na baixa produtividade e na pouca qualidade dos produtos e serviços (MEDEIROS, 2002).

### 2. QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO

Moretti (2003) define a QVT como uma busca de humanização no trabalho, permitindo uma maior satisfação do trabalhador, bem como uma maior produtividade organizacional. A mesma está relacionada à responsabilidade social da empresa, envolvendo o atendimento de necessidades e aspirações do indivíduo, através da reestruturação do desenho de cargos e equipes de trabalho, aliada a uma formação de equipes de trabalho com um maior poder de autonomia e a uma melhoria do meio organizacional.

Seguindo a mesma linha, Paschoal (2006) relata que um programa de QVT tem como meta gerar uma organização mais humanizada, na qual os trabalhadores envolvem, simultaneamente, relativo grau de autonomia e de responsabilidade em nível do cargo, recebimentos de recursos de *feedback* sobre o desempenho, com variedade, enriquecimento pessoal do indivíduo e tarefas adequadas.

Inicialmente, a questão da QVT foi encarada como uma reação individual ao trabalho, em seguida passou a ser uma preocupação dos gestores, já que pode contribuir para o aumento da produtividade. Atualmente, seu conceito extrapola o ambiente organizacional e passa a possuir uma preocupação mais global para o ser humano (CARDOSO, 2003).

Assim sendo, Bossardi (2004) menciona que a QVT representa em que graus os colaboradores da organização são capazes de satisfazer suas necessidades pessoais através do seu trabalho e depende de inúmeros fatores, tais como: a possibilidade de crescimento dentro da organização; reconhecimento pelos resultados; salário recebido; benefícios oferecidos; o relacionamento entre as pessoas da organização; ambiente psicológico e físico do trabalho; liberdade e responsabilidade de decidir e que possibilidades há de participação nas decisões.

Segundo Limongi-França (2010), a expressão “qualidade de vida” tem sido usada com crescente frequência para descrever certos valores ambientais e humanos, negligenciados pelas sociedades industriais em favor do avanço tecnológico, da produtividade e do crescimento econômico. O objetivo da implantação de um programa de qualidade no trabalho é gerar uma organização mais humanizada, na qual o trabalho envolve simultaneamente relativo grau de responsabilidade e de autonomia a nível de cargo, recebimento de recursos *feedback* sobre o desempenho, com tarefas adequadas, variedade, enriquecimento do trabalho e com ênfase no desenvolvimento pessoal do indivíduo.

No Quadro 1, Walton (1973) apresenta seu modelo composto por oito categorias conceituais, incluindo seus indicadores de QVT.

<b>Categorias</b>	<b>Indicadores de QVT</b>
1) Compensação justa e adequada	Renda adequada Equidade interna Equidade externa
2) Condições de trabalho	Jornada de trabalho Ambiente físico seguro e saudável
3) Uso e desenvolvimento de capacidades	Autonomia Significado da tarefa Identidade da tarefa Variedade da habilidade Retroinformação
4) Chances de crescimento e segurança	Possibilidade de carreira Crescimento profissional Segurança de emprego
5) Integração social na empresa	Igualdade de oportunidades Relacionamento Senso comunitário
6) Constitucionalismo	Respeito às leis e direitos trabalhistas Privacidade pessoal Liberdade de expressão Normas e rotinas
7) Trabalho e espaço total de vida	Papel balanceado do trabalho
8) Relevância social da vida no trabalho	Imagem da empresa Responsabilidade social pelos serviços Responsabilidade social pelos produtos Responsabilidade social pelos empregados

**Quadro 1:** Modelo de Walton para a QVT. Fonte: Adaptado de Walton apud Vieira (1996)

Entre vários modelos que identificam fatores determinantes da QVT nas organizações, o modelo de Walton, exposto no Quadro 1, é um dos únicos que enfatiza questões elementares à realização de trabalho mais abrangentes, priorizando os fatores internos e externos a organização, o que permite melhores avaliações do nível de QVT (VIEIRA, 1996).



## 2.1 A RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL E A QVT

Faria e Sauerbronn (2008) afirmam que o tema responsabilidade social empresarial ganhou intensa visibilidade nos últimos anos devido ao avanço da globalização. Nesse sentido, Pessoa (2009) acrescenta que seguindo uma tendência mundial, as empresas no Brasil estão cada vez mais preocupadas com a responsabilidade social.

De acordo com Bicalho et al. (2003) e Tenório (2004), os primeiros estudos que tratam da responsabilidade social iniciaram-se nos Estados Unidos, na década de 50. Os autores entendem que as empresas estão inseridas num ambiente complexo, onde suas atividades influenciam e têm impacto sobre diversos agentes sociais, comunidade e sociedade. Consequentemente, a orientação do negócio visando atender apenas os interesses dos acionistas torna-se insuficiente, sendo necessária a incorporação de objetivos sociais no plano de negócios, como forma de integrar as empresas a sociedade.

Conforme Oliveira (2005), a responsabilidade social apresenta diversos conceitos. Para alguns representa a ideia de obrigação legal, para outros significa um comportamento ético, outros acreditam no sentido de socialmente consciente. Portanto, não existe ainda um conceito formal de responsabilidade social.

Conforme Borger (2001), a responsabilidade social no Brasil é evidenciada através de três grupos organizacionais, são eles:

- 1) Organização defensiva e reativa: organizações com perspectiva de responsabilidade social como obrigações sociais, ou seja, maximizar os lucros dentro da Lei e em decisões organizacionais os agentes sociais afetados pela operação da empresa são levados em consideração no limite dos interesses dos acionistas;
- 2) Organização socialmente responsável: são aquelas que apresentam uma perspectiva de responsabilidade social que antecipam mudanças nas expectativas sociais, desenvolvem programas de responsabilidade social para vários grupos de interesse organizacionais e os integram ao planejamento de longo prazo da entidade. Composto pelo grupo de acionistas, empregados, consumidores, fornecedores e a comunidade; e
- 3) Organização proativa e responsiva: as que possuem uma perspectiva politicamente responsiva e a responsabilidade social faz parte do planejamento estratégico administrativo. Essas empresas desenvolvem uma habilidade de resposta para a manutenção de sua competitividade; nessas organizações os administradores são alerta às alterações no ambiente legal e à importância de envolverem-se no processo de formulação de políticas públicas.

Chiavenato (2004) entende que os colaboradores que estão envolvidos nas políticas de responsabilidade social devem estar envolvidos e comprometidos profundamente com a sua função dentro da empresa. Entretanto, nacionalmente as empresas não oferecem essa participação aos colaboradores nas tomadas de decisões, o que repercutirá nos resultados da empresa, já que não havendo inter-relacionamento, ninguém agrega valor a ninguém, podendo assim influenciar na qualidade dos serviços e produtos.

Os resultados obtidos no estudo empírico de Mellat-Parast (2013) sugerem que a responsabilidade social tem um impacto significativo sobre o envolvimento dos colaboradores, ou seja, que a implementação da responsabilidade social corporativa tem um efeito positivo sobre a formação de "capital moral" da empresa através da melhoria da participação dos colaboradores.



### **3. METODOLOGIA**

Metodologicamente, desenvolveu-se uma pesquisa quantitativa quanto à natureza dos dados, na qual se procura obter informações sobre determinada população, como quantos membros da organização possuem a mesma opinião sobre determinado assunto (MARCONI; LAKATOS, 2010). E qualitativa, que segundo Cervo, Bervian e Silva (2007), pode descrever a complexidade de determinado problema, a interação de certas variáveis, compreender e classificar os processos dinâmicos vividos por grupos sociais, contribuir para o processo de mudança de determinado grupo e possibilitar, em maior nível de profundidade, entendimento das particularidades do comportamento dos indivíduos.

Quanto aos objetivos, o estudo classifica-se como descritivo. Esse tipo de pesquisa, para Vergara (2012) é caracterizada por possuir objetivos bem definidos, procedimentos formais, ser bem estruturada e dirigida para a solução de problemas ou avaliação de alternativas de cursos de ação. Conforme Gil (2006), uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática.

Em relação aos procedimentos técnicos, utilizou-se um estudo de caso, que se caracteriza pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento, tarefa praticamente impossível mediante os outros delineamentos considerados (DIEHL; TATIM, 2004).

Para a coleta dos dados, primeiramente, realizou-se uma pesquisa bibliográfica que, segundo Gil (2006), é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. Sua principal vantagem reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente.

Posteriormente, foi elaborado um questionário com base no modelo de Walton (1973), composto por 22 questões fechadas, no qual foram observados os indicadores de QVT a fim de definir o grau de satisfação dos colaboradores e sua importância perante aos membros da gráfica. O questionário foi aplicado nos 15 colaboradores da empresa e suas respostas foram analisadas através da técnica de análise univariada, que segundo Severino (2007), permite realizar uma análise de frequência das questões pesquisadas, comparar características e verificar a representatividade da população pesquisada. Os dados obtidos foram tabulados com o auxílio do *software* SPSS 16.0 e seus resultados seguem expostos através da sua frequência e percentual no capítulo a seguir.

## **4 ANÁLISE DOS RESULTADOS**

### **4.1 CARACTERIZAÇÃO DA GRÁFICA**

A empresa estudada foi fundada em 1960, sendo seu ramo de negócio a produção gráfica em geral. Atualmente a empresa atua com uma gama de produtos bem diversificada. Seu carro chefe são os impressos comerciais (panfletos, *flyers*, cartazes, informativos) e impressos internos de empresas e prefeituras, trabalhando exclusivamente com impressos colorido e preto em papel dos mais diversos tipos e gramaturas, até o formato máximo de 52 x 44 cm. A gráfica é uma empresa familiar de pequeno porte, superando um faturamento de R\$ 3.000.000,00 por ano. Possui divisões de setores em administrativo, criação e arte final, impressão, acabamento, expedição, contando com um total de 15 colaboradores.



#### 4.2 PERFIL DOS COLABORADORES

Em relação ao sexo dos pesquisados, pode-se constatar que a maioria (86,7%) são do sexo masculino, enquanto 13,3% são do sexo feminino. Destaca-se que o setor de produção e entrega possui treze dos quinze funcionários, onde a mão de obra qualificada para trabalhar no ramo gráfico é quase que, exclusivamente, formada por homens, isso se justifica pelo fato de ser um trabalho que exige força física. As mulheres trabalham como secretária e responsável pelo setor de criação da empresa.

No que se refere à idade dos colaboradores, 46,7% estão na faixa etária de 31 a 40 anos; 33,3% têm entre 21 a 30 anos; 13,3% possuem menos de 20 anos; e apenas 6,7% possuem mais de 40 anos. Em posse desses dados, percebe-se que o fator idade não é levado em consideração no momento da contratação por parte da empresa.

Sobre o grau de instrução, constatou-se que 53,3% dos colaboradores possuem ensino fundamental completo; 26,7% possuem ensino médio completo; 6,7% possuem ensino superior incompleto; e 13,3% possuem ensino superior completo. Observa-se que a maioria dos colaboradores possui apenas ensino fundamental. Isto se explica pelo fato de que a empresa não considera a escolaridade como um fator determinante no momento da contratação, já que a empresa não possui normas a serem seguidas na seleção de novos colaboradores. Entretanto, sugere-se um incentivo por parte da empresa para qualificação dos seus colaboradores, considerando que isso pode trazer um diferencial competitivo ter pessoas mais preparadas no cargo.

A respeito do tempo de atuação na empresa, verificou-se que apenas 13,3% estão na gráfica a menos de um ano; enquanto que 26,7% trabalham na organização de 1 a 5 anos; e a maioria 60% estão trabalhando a mais de 5 anos. Os dados demonstram que a empresa não possui uma rotatividade alta de colaboradores, procurando manter o funcionário por bastante tempo, o que acarreta em ganho de experiência, segurança e melhor e comprometimento do colaborador com a empresa.

#### 4.3 ANÁLISE DA QVT NA GRÁFICA

Em relação às condições de trabalho, visualiza-se na Tabela 1 o grau de satisfação dos colaboradores quanto ao ambiente e as condições oferecidas pela empresa. Os dados demonstram que a maioria dos colaboradores, 53,3%, está satisfeita com o ambiente e as condições de trabalho, enquanto 20% estão muito satisfeitos, 20% pouco satisfeitos e apenas 6,7% insatisfeitos.

**Tabela 1:** Ambiente e condições de trabalho da empresa

Ambiente e condições de trabalho	Frequência	Percentual
Insatisfeito	1	6,7%
Pouco satisfeito	3	20%
Satisfeito	8	53,3%
Muito satisfeito	3	20%
Total	15	100%

De acordo com Rocha (2002), a noção de ambiente do trabalho deve ser entendida com base na concepção geral de ambiente, juntamente com os elementos, inter-relações e condições que afetam de alguma forma a saúde física e mental dos trabalhadores. A proteção

do ambiente de trabalho exige o estudo das causas e medidas de prevenção, a fim de que se evite acidentes do trabalho e doenças ocupacionais, ou seja, o elemento saúde depende essencialmente do ambiente de trabalho.

Com base na Tabela 1, verifica-se que a empresa proporciona um bom ambiente e boas condições de trabalho, demonstrando que há preocupação com a saúde dos colaboradores. A empresa oferece todas as condições para que possam ser realizadas as tarefas diárias de trabalho, tanto físicas quanto psicológicas. São oferecidos todos os equipamentos de segurança e demais obrigações vigentes na Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT), por parte da empresa para com os colaboradores.

A Tabela 2 refere-se ao grau de satisfação quanto à carga horária (jornada de trabalho) realizada pelos funcionários. Como resultados, nota-se que 60% dos colaboradores estão satisfeitos; 33,3% encontram-se muito satisfeitos e apenas 6,7% estão pouco satisfeitos.

**Tabela 2:** Carga horária de trabalho imposta pela empresa

Carga horária de trabalho	Frequência	Percentual
Insatisfeito	0	0,0%
Pouco satisfeito	1	6,7%
Satisfeito	9	60%
Muito satisfeito	5	33,3%
Total	15	100%

Constata-se na Tabela 2 que 93,3% dos colaboradores estão de acordo com a jornada de trabalho estabelecida pela empresa, sendo que a carga horária a ser cumprida pelos colaboradores da gráfica é de 44 horas semanais, de segunda a sexta, das 7h30min às 12h e das 13h45min às 18h.

#### 4.3.1 USO E DESENVOLVIMENTO DE CAPACIDADES

A Tabela 3 refere-se ao nível de satisfação a respeito da autonomia e liberdade dentro da empresa. A maior parte, 80% dos colaboradores, está de acordo com a autonomia dada pela empresa, e apenas 20% estão pouco satisfeitos ou insatisfeitos.

**Tabela 3:** Autonomia e liberdade dentro da empresa

Autonomia e liberdade	Frequência	Percentual
Insatisfeito	1	6,7%
Pouco satisfeito	2	13,3%
Satisfeito	7	46,7%
Muito satisfeito	5	33,3%
Total	15	100%

De acordo com Robbins (2003), as equipes trabalham melhor quando os funcionários têm liberdade e autonomia, condições para que os mesmos possam desempenhar suas tarefas com eficiência e eficácia. A gráfica pesquisada delega responsabilidades a seus colaboradores, dando autonomia para que possam realizar suas atividades de trabalho, estando elas de acordo

com o esperado pela direção da empresa. A empresa confia na decisão de seus colaboradores nos trabalhos realizados, deixando os responsáveis pelas atividades que executam.

A Tabela 4 refere-se à percepção dos funcionários quanto ao investimento em qualificação e, nesse item, percebe-se um descontentamento, pois 66,7% estão pouco satisfeitos ou insatisfeitos com as qualificações oferecidas e 33,3% estão satisfeitos.

**Tabela 4:** Investimento em qualificação

Qualificação	Frequência	Percentual
Insatisfeito	3	20%
Pouco satisfeito	7	46,7%
Satisfeito	5	33,3%
Muito satisfeito	0	0,0%
Total	15	100%

Segundo Meghnagi (1992), a qualificação profissional é entendida como um processo por meio do qual se efetiva um cruzamento estreito entre a aquisição da experiência adquirida e os conteúdos (saberes) necessários para fazer frente às situações e condições de trabalho, em geral suscetíveis de modificação, ao longo do tempo.

Observa-se que a gráfica não está investindo devidamente na qualificação profissional segundo os colaboradores, o que é importante para que os mesmos estejam aptos para enfrentar as mudanças que ocorrem constantemente nas situações de trabalho. Destaca-se que a empresa não tem como política oferecer treinamento para seus colaboradores, sempre procurando, no momento da contratação, funcionários com experiência.

Dessa forma, sugere-se um incentivo por parte da empresa com seus colaboradores em buscar qualificação tanto no que se refere ao ramo gráfico como outras atividades que tragam perspectiva de crescimento aos funcionários. Uma boa alternativa seria buscar uma parceria junto ao sindicato gráfico, com cursos de aprimoramento para a categoria em geral, tendo em vista a importância da empresa no meio gráfico regional, além de incentivar os colaboradores a retomarem os estudos e concluírem o ensino médio e colaborar financeiramente para a busca de qualificação.

#### 4.3.2 CHANCES DE CRESCIMENTO E SEGURANÇA

Identifica-se na Tabela 5 o grau de satisfação dos empregados quanto ao crescimento profissional dentro da organização. Essa questão foi considerada satisfatória para 33,3% e muito satisfatória para 26,7% dos colaboradores; enquanto 33,3% opinaram como pouco satisfeitos e 6,7% como insatisfeitos.

**Tabela 5:** Crescimento profissional dentro da empresa

Crescimento profissional	Frequência	Percentual
Insatisfeito	1	6,7%
Pouco satisfeito	5	33,3%
Satisfeito	5	33,3 %
Muito satisfeito	4	26,7%
Total	15	100%



Os dados mostram que a maioria dos funcionários (60%) está satisfeita com o crescimento profissional, porém existe um alto índice de insatisfação. A empresa não desenvolve política de plano de carreira, sendo que cada colaborador exerce suas atividades específicas. Os colaboradores tornam-se cientes no momento da contratação de que irão realizar uma atividade específica e troca de função ou promoção não faz parte da política da empresa.

A Tabela 6 refere-se à segurança que os colaboradores sentem na empresa e mostra que a maioria 93,4% está satisfeita ou muito satisfeita.

**Tabela 6:** Segurança de emprego oferecido pela empresa

Segurança de trabalho	Frequência	Percentual
Insatisfeito	0	0,0%
Pouco satisfeito	1	6,7%
Satisfeito	10	66,7%
Muito satisfeito	4	26,7%
Total	15	100%

A empresa tem como política não utilizar de rodízio de funcionários, sempre passando aos seus colaboradores a ideia de segurança para os que realizam suas atividades com seriedade e comprometimento. O tempo de empresa de 60% de seus colaboradores é superior a cinco anos, o que traz segurança aos funcionários e um comprometimento maior com a empresa por parte dos mesmos.

De acordo com Walton (1973), as chances de crescimento e segurança refere-se à valorização do profissional através das oportunidades para expressar seu potencial e para avanço na carreira. De acordo com obtidos nas Tabelas 5 e 6, pode-se dizer que a empresa valoriza o profissional, dando-lhe chances de crescimento e segurança.

#### 4.3.3 INTEGRAÇÃO SOCIAL NA EMPRESA

Indaga-se na Tabela 7 o grau de satisfação dos colaboradores sobre a igualdade de oportunidades ofertadas pela gráfica.

**Tabela 7:** Igualdade de oportunidades dentro da empresa

Igualdade de oportunidades	Frequência	Percentual
Insatisfeito	0	0,0%
Pouco satisfeito	0	0,0%
Satisfeito	10	66,7%
Muito satisfeito	5	33,3%
Total	15	100%

Nota-se na Tabela 7 que 66,7% dos colaboradores estão satisfeitos e 33,3% muito satisfeitos com a igualdade de oportunidades oferecidos na gráfica. Salienta-se que a empresa tem como política tratar todos os colaboradores igualmente, sem distinção por tempo de empresa ou cargo.



## Gestão e Tecnologia em Tempos de Competitividade

23.24.25 de Outubro de 2013

A Tabela 8 refere-se ao nível de satisfação dos funcionários a respeito do relacionamento interpessoal dentro da organização, seja com colegas e/ou superiores.

**Tabela 8:** Relacionamento interpessoal dentro da empresa

Relacionamento interpessoal	<i>Frequência</i>	<i>Percentual</i>
Insatisfeito	1	6,7%
Pouco satisfeito	0	0,0%
Satisfeito	6	40%
Muito satisfeito	8	53,3%
Total	15	100%

A Tabela 8 demonstra que a maioria 93,3% manifesta relacionamento satisfatório com seus colegas, indicando um ambiente favorável de coleguismo entre os colaboradores. Existe um relacionamento interpessoal tranquilo entre os colaboradores proporcionando um ambiente de trabalho agradável.

Ao descrever a dimensão integração social na empresa, Walton (1973) buscou ressaltar a importância da mesma no desenvolvimento do trabalho, fundamental na constituição de um bom ambiente de trabalho, refletindo na produção, qualidade e desempenho da empresa. Conforme observado nos resultados da pesquisa, a empresa proporciona um bom clima de trabalho, proporcionando igualdade de oportunidades aos colaboradores, sendo que os mesmos mantêm um bom relacionamento com os colegas.

A existência de um clima organizacional adequado gera condições propícias ao empenho e à colaboração das pessoas, na utilização de suas habilidades e competências. Quando a motivação dos indivíduos está em níveis elevados, há um ambiente favorável ao surgimento de relações de satisfação, interesse, colaboração (CHIAVENATO, 2004).

#### 4.3.4 CONSTITUCIONALISMO

A Tabela 9 refere-se ao grau de satisfação dos trabalhadores quanto às normas e rotinas adotadas pela empresa. Observa-se que 100% dos colaboradores aprovam os métodos e rotinas utilizados pela empresa para execução das atividades de trabalho.

**Tabela 9:** Normas e rotinas dentro da empresa

Normas e rotinas	<i>Frequência</i>	<i>Percentual</i>
Insatisfeito	0	0,0%
Pouco satisfeito	0	0,0%
Satisfeito	9	60%
Muito satisfeito	6	40%
Total	15	100%

Segundo Walton (1973), o objetivo da análise deste quesito é perceber se são fornecidas aos trabalhadores todas as informações necessárias acerca das normas e rotinas da Empresa, para, assim, facilitar a vida profissional na organização. Percebe-se que os colaboradores encontram-se plenamente satisfeitos com as informações fornecidas pela empresa quanto às normas e rotinas da mesma.

As normas e rotinas a serem seguidas são de total conhecimento dos colaboradores e eventuais mudanças são passadas com tranquilidade pela direção da empresa, trazendo total esclarecimento no desempenho das tarefas.

A Tabela 10 refere-se ao estado de satisfação que os empregados a respeito da liberdade de expressão concedidos pela empresa. Esta questão foi considerada satisfatória por 73,3% dos colaboradores Porém, 26,7% não têm a liberdade de expressão que gostariam.

**Tabela 10:** Liberdade de expressão dentro da empresa

Liberdade de expressão	Frequência	Percentual
Insatisfeito	1	6,7%
Pouco satisfeito	3	20%
Satisfeito	6	40%
Muito satisfeito	5	33,3%
Total	15	100%

Conforme estudo na Tabela 10, há espaço para os colaboradores sejam criativos, manifestarem suas opiniões e sugestões quanto aos serviços que realizam. De acordo com Macêdo (2003), a liberdade e a criatividade são importantes para que as empresas desenvolvam produtos e serviços, processos e novas práticas.

Nesse sentido, pode-se dizer que a gráfica aprova a comunicação interna entre os colaboradores, dando-lhes liberdade para discutir assuntos relevantes. Além disso, a empresa procura discutir as ideias sugeridas pelos colaboradores, incentivando-lhes a opinarem a respeito dos serviços que realizam, bem como o que pode e precisa ser melhorado.

#### 4.3.5 TRABALHO E ESPAÇO TOTAL DE VIDA

A Tabela 11 refere-se ao nível de satisfação dos colaboradores sobre o equilíbrio de tempo entre o trabalho e a família. Constatou-se que 60% encontram-se satisfeitos ou muito satisfeitos, porém há um dado que preocupa, já que 40% não estão satisfeitos com este equilíbrio proporcionado pela empresa.

**Tabela 11:** Equilíbrio de tempo entre trabalho e família

Equilíbrio de tempo	Frequência	Percentual
Insatisfeito	2	13,3%
Pouco satisfeito	4	26,7%
Satisfeito	6	40%
Muito satisfeito	3	20%
Total	15	100%

Embora os colaboradores estejam satisfeitos com a jornada de trabalho oferecida pela empresa, grande parte acredita que o equilíbrio de tempo entre trabalho e família não é adequado, o que pode influenciar na execução das tarefas de trabalho, já que o tempo remanescente para as questões pessoais, para 40% dos entrevistados, deixa a desejar.

Além da jornada normal de trabalho (44h semanais), a empresa disponibiliza a realização de horas extras, conforme as necessidades da empresa e disponibilidade do

funcionário. O funcionário tem total liberdade em fazer ou não horas extras, porém existe uma discordância entre os colaboradores com relação a estender a jornada de trabalho para os sábados pela manhã e diminuir o horário durante a semana, o que explica o nível de insatisfação por parte de alguns colaboradores.

#### 4.3.6 COMPENSAÇÃO JUSTA E ADEQUADA

A Tabela 12 refere-se ao estado de satisfação dos funcionários quanto à remuneração oferecida pela gráfica, bem como à percepção dos mesmos em relação ao salário oferecido no comparativo com o pago pelo mercado. A respeito do salário oferecido, a maioria dos colaboradores, ou seja, 73,3% estão satisfeito com o salário que ganha; outros 26,7% consideram seus salários um pouco defasados, o que mostra um quadro salarial positivo oferecido pela empresa.

Destaca-se que a empresa adota o salário médio tabelado pelo sindicato dos funcionários gráficos ou acima dele. Porém, existem colaboradores que consideram sua remuneração incompatível com seu desempenho.

**Tabela 12:** Salário oferecido pela empresa e o comparativo com outras

Salário	Oferecido pela empresa		No comparativo com outras	
	<i>Frequência</i>	<i>Percentual</i>	<i>Frequência</i>	<i>Percentual</i>
Insatisfeito	0	0,0%	0	0,0%
Pouco satisfeito	4	26,7%	5	33,3%
Satisfeito	7	46,6%	5	33,3%
Muito satisfeito	4	26,7%	5	33,3%
Total	15	100%	15	100%

Diante dos resultados expostos na Tabela 16, no comparativo com outras empresas, pode ser considerado satisfatório o salário oferecido, por apresentar 66,7% dos colaboradores satisfeitos ou muito satisfeitos, sendo que outros 33,3% consideram pouco satisfatório. Em relação a outras empresas, o salário pago pela gráfica está de acordo com o pago pelo mercado em geral. Porém, com o aumento na demanda de trabalhos, a mão de obra qualificada está escassa e muitas empresas pagam salários acima do mercado por profissionais qualificados, o que pode explicar essa parcela de insatisfação.

A Tabela 13 refere-se ao grau valorização e participação dos colaboradores na empresa e mostra a ampla maioria de 80% dos colaboradores sentindo-se valorizados pela empresa e outros 20% pouco satisfeitos.

**Tabela 13:** Valorização e participação na empresa

Valorização	<i>Frequência</i>	<i>Percentual</i>
Insatisfeito	0	0,0%
Pouco satisfeito	3	20 %
Satisfeito	8	53,3%
Muito satisfeito	4	26,7%
Total	15	100%

Os dados mostram um quadro positivo no sentido de valorizar o funcionário. De acordo com Davis e Newstrom (2001), grande parte dos empregados busca, além de suas necessidades satisfeitas, um sistema de recompensas justo. Esse aspecto de justiça aplica-se a todos os tipos de recompensas, sejam elas psicológicas, sociais e econômicas.

A empresa procura valorizar os funcionários que demonstram comprometimento com o trabalho, concedendo-lhes adiantamentos de salário, participação nos lucros e dispensas por motivos particulares, o que reforça o relacionamento empresa/colaborador.

A Tabela 14 refere-se à percepção dos funcionários a como a empresa administra os conflitos entre os colaboradores e mostra que a ampla maioria, 93,4% dos colaboradores, aprova as medidas usadas pela empresa para resolver os conflitos internos.

**Tabela 14:** Administrando conflitos

Conflitos	Frequência	Percentual
Insatisfeito	0	0,0%
Pouco satisfeito	1	6,6%
Satisfeito	9	60%
Muito satisfeito	5	33,4%
Total	15	100%

Os conflitos são resolvidos diretamente com o diretor da empresa, não deixando margem para dúvidas ou mal entendidos. Por ser uma empresa familiar, os assuntos são tratados diretamente entre o diretor geral e os colaboradores, independente da função, sendo resolvidos no ato.

#### 4.3.7 RELEVÂNCIA SOCIAL DA VIDA NO TRABALHO

A Tabela 15 refere-se ao que os trabalhadores pensam sobre a imagem da empresa frente à sociedade. Nesta questão, foram utilizadas cinco alternativas para melhor expressar a opinião dos colaboradores. Constatou-se que a ampla maioria dos colaboradores, 86,7%, veem a empresa na sociedade com boa ou ótima imagem e outros 13,3% ficaram indiferentes.

**Tabela 15:** Imagem da empresa perante a sociedade

Imagem da empresa	Frequência	Percentual
Ruim	0	0,0%
Regular	0	0,0%
Indiferente	2	13,3%
Boa	7	46,7%
Ótima	6	40%
Total	15	100%

Segundo Kotler e Keller (2006), imagem é como o público vê a empresa ou seus produtos e depende de três funções: estabelecer a personalidade do produto e a proposta de valor; transmitir essa personalidade de maneira distinta, para que não seja confundida com a dos concorrentes; comunicar um poder emocional que vai além de uma simples imagem



mental. Os colaboradores veem a empresa como uma instituição séria e que cumpre com suas obrigações, remetendo, assim, uma imagem positiva frente à sociedade.

A Tabela 16 refere-se à opinião dos colaboradores quanto aos produtos oferecidos pela empresa e mostra que 100% dos colaboradores consideram os produtos da empresa de qualidade e cumprem com as expectativas dos clientes.

**Tabela 16:** Oferecer produtos de qualidade

Produtos de qualidade	<i>Frequência</i>	<i>Percentual</i>
Insatisfeito	0	0,0%
Pouco satisfeito	0	0,0%
Satisfeito	9	60%
Muito satisfeito	6	40%
Total	15	100%

Por investir em equipamentos de ponta e matéria-prima de alta qualidade, além de contar com profissionais qualificados, a empresa consegue oferecer produtos de alta qualidade que possam satisfazer e até mesmo surpreender seus clientes.

A Tabela 17 refere-se à opinião dos colaboradores quanto às ações de responsabilidade social dentro da empresa. Verificou-se que a questão responsabilidade social foi considerada satisfatória, por mostrar que 93,3% dos colaboradores encontram-se satisfeitos ou muito satisfeitos com a questão, e apenas 6,7% a consideram pouco satisfatória.

**Tabela 17:** Responsabilidade social

Responsabilidade social	<i>Frequência</i>	<i>Percentual</i>
Insatisfeito	0	0,0%
Pouco satisfeito	1	6,7%
Satisfeito	10	66,6%
Muito satisfeito	4	26,7%
Total	15	100%

A satisfação dos colaboradores quanto às ações de responsabilidade social é importante já que a responsabilidade social tem a finalidade de alavancar o crescimento dos produtos no mercado, pois partindo-se da premissa de que um consumidor tem de optar entre dois produtos similares de marcas diferentes, sendo um dos produtos associado aos conceitos de cidadania e responsabilidade social, certamente irá preferir aquele com cidadania e responsabilidade social e se manterá fiel a ele (GUEDES, 2000).

Os colaboradores entendem que a empresa cumpre com suas obrigações perante os funcionários e cumpre com seu papel social, contribuindo assim com a sociedade. Com base nos dados coletados com a pesquisa, pode-se constatar, de um modo geral, que os funcionários concordam ou encontram-se satisfeitos com as medidas e políticas adotadas em relação ao tema QVT pela gráfica.

Porém, existem pontos muito importantes a serem observados pela empresa, os quais demonstraram um percentual elevado de insatisfação ou descontentamento, ressaltando que as perguntas abordadas remetem a pontos fundamentais e relevantes para a empresa. Entre esses



pontos negativos deve-se observar o quesito “investimento em qualificação”, mostrando que 66,7% dos colaboradores estão pouco satisfeitos ou insatisfeitos, demonstrando um fator a ser melhorado pela empresa, tendo em vista sua importância.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A QVT é atualmente um fator essencial para o crescimento e sucesso de uma organização, considerado absolutamente relevante nos mais diversos processos de uma empresa, por intensificar a criatividade e estimular os colaboradores, produzindo melhores resultados no trabalho. Com a realização desse estudo, observou-se que a gráfica tem o bem-estar de seus funcionários como um importante aliado, já que as questões analisadas, de forma geral, foram consideradas satisfatórias pelos colaboradores da empresa, mostrando um cenário favorável a um ambiente de trabalho que proporciona qualidade de vida. Porém, existem alguns pontos que possuem certo nível de insatisfação, tais como: valorização profissional; crescimento profissional; liberdade de expressão e equilíbrio trabalho família.

O ponto que foi o de maior descontentamento dos colaboradores foi o investimento em qualificação, o que representa que a maioria dos colaboradores vê pouco investimento no potencial humano da empresa. Deve-se dar uma atenção extra a essas variáveis, por serem de grande importância para os colaboradores.

Tendo em vista os resultados, para melhorar a satisfação dos colaboradores e solucionar gargalos criados por descontentamento ou despreparo sugere-se uma maior atenção na gestão de Recursos Humanos, melhorando assim o quadro de insatisfação. Deve haver um entendimento por parte da empresa que a atenção às áreas de qualificação, remuneração e de condições de trabalho trará ganhos na QVT dos colaboradores e aumento da produtividade, rendendo favoravelmente para ambos e para a sociedade.

Sugere-se que um investimento em qualificação dos colaboradores seria um passo importante para o desenvolvimento da empresa, abordando tanto o aspecto de retorno que o aumento intelectual dos colaboradores traria para a empresa quanto o aspecto social em proporcionar conhecimento para os funcionários. Além disso, sugere-se a terceirização das atividades de Recursos Humanos na gráfica para uma empresa especializada, que consiga organizar melhor esta área, melhorando, assim, o nível de satisfação dos colaboradores quanto aos aspectos relacionados à QVT.

## **6. REFERÊNCIAS**

**BICALHO, A. et al.** Responsabilidade social das empresas. São Paulo: Peirópolis, 2003.

**BITENCOURT, C. C.** Gestão contemporânea de pessoas: novas práticas, conceitos tradicionais. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

**BORGER, F. G.** Responsabilidade social: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial. 2001. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-04022002105347/publico/RSEFGB.pdf>>. Acesso em: 22 nov. 2012.

**BOSSARDI, A. L. de et al.** Qualidade de vida no trabalho. In: SEMINÁRIO DE GESTÃO DE NEGÓCIOS, 1., Curitiba, 2004. Anais: UniFAE, 2004.

**CARDOSO, W. L.** Qualidade de vida e trabalho: uma articulação possível. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2003.

**CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. da.** Metodologia científica. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

**CHIAVENATO, I.** Gestão de pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações. Rio de Janeiro: Campus, 2004.



## Gestão e Tecnologia em Tempos de Competitividade

23.24.25 de Outubro de 2013

- DAVIS, K.; NEWSTROM, J. W.** Comportamento humano no trabalho: uma abordagem organizacional. São Paulo: Pioneira TL, 2001.
- DIEHL, A. A.; TATIM, D. C.** Pesquisa em ciências sociais aplicadas: métodos e técnicas. São Paulo: Prentice Hall, 2004.
- FARIA, A; SAUERBRONN, F. F.** A responsabilidade social é uma questão de estratégia? Uma abordagem crítica. Revista de Administração Pública, v. 42, n. 1, p. 7-33, 2008.
- GIL, A. C.** Métodos e técnicas de pesquisa social. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- GUEDES, R. C.** Responsabilidade social & cidadania empresariais: conceitos estratégicos para as empresas face à globalização. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo: PUC/SP, 2000.
- KOTLER, P.; KELLER, K.** Administração de marketing. 12. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.
- LIMONGI-FRANÇA, A. C.** Qualidade de vida no trabalho - QVT: conceitos e práticas nas empresas da sociedade pós-industrial. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- MACÊDO, I. I. de.** Aspectos comportamentais da gestão de pessoas. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2003.
- MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M.** Fundamentos de metodologia científica. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.
- MEDEIROS, E. G.** Análise da qualidade de vida no trabalho: um estudo de caso na área da construção civil. Dissertação (Mestrado em Administração). Porto Alegre: UFRGS, 2002.
- MEGHNAGI, S. et al.** La competenza esperta: sapere professionale e contesti dilavoro. Roma: Ediesse, 1991.
- MELLAT-PARAST, M.** Quality citizenship, employee involvement, and operational performance: an empirical investigation. International Journal of Production Research, v. 51, n. 10, p. 2805-2820, 2013.
- MORETTI, S.** Qualidade de vida no trabalho *versus* auto realização humana. Revista Leonardo Pós, v. 12, n. 3. Blumenau: 2003.
- OLIVEIRA, F.** Relações públicas e a comunicação na empresa cidadã. Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades, v. 2. São Paulo: Instituto Ethos, 2005.
- PASCHOAL, L.** Gestão de pessoas nas micros, pequenas e médias empresas para empresários e dirigentes. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2006.
- PESSOA, R. W. A. et al.** Estratégia e vantagem competitiva da responsabilidade social empresarial. Gestão & Regionalidade, v. 25, n. 74, mai./ago., p. 79-93, 2009.
- ROBBINS, S. P.** A verdade sobre gerenciar pessoas. São Paulo: Pearson Education, 2003.
- ROCHA, J. C. S.** Direito ambiental do trabalho: mudança de paradigma na tutela jurídica à saúde do trabalhador. São Paulo: LTr, 2002.
- SEVERINO, A. J.** Metodologia do trabalho científico. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.
- TENÓRIO, G. F. et al.** Responsabilidade social empresarial: teoria e prática. Rio de Janeiro: FGV, 2004.
- VERGARA, S. C.** Métodos de pesquisa em administração. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2012.
- VIEIRA, A.** Qualidade de vida no trabalho e o controle da qualidade total. Florianópolis: Insular, 1996.
- WALTON, R. E.** Quality of working life: what is this. Sloan Management Review, v. 15, n. 1, Cambridge, 1973.