

## PROMOÇÃO DA QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO NO COMÉRCIO: UMA FERRAMENTA DE GESTÃO

**Ana Graziella Furtado Nogueira<sup>1</sup>, Ana Beatriz Furtado Nogueira<sup>2</sup>, Michele de Oliveira Biscassi<sup>3</sup>, Aildiomar Beirão Xavier<sup>4</sup>, Antônio Marcos Celestino<sup>5</sup>; Ana Cabanas<sup>n</sup>**

Anhanguera Educacional/Administração, Av. João Batista de Souza Soares, 4121, Colônia Paraíso, São José dos Campos-SP, 12236-660, <sup>1</sup>[aninha.gra@hotmail.com](mailto:aninha.gra@hotmail.com); <sup>2</sup>[biazinha.fn@hotmail.com](mailto:biazinha.fn@hotmail.com); <sup>3</sup>[michele.biscassi@bol.com.br](mailto:michele.biscassi@bol.com.br); <sup>4</sup>[axavier2010@yahoo.com.br](mailto:axavier2010@yahoo.com.br); <sup>5</sup>[marcos.amc@hotmail.com](mailto:marcos.amc@hotmail.com); <sup>n</sup>[anacabanas@aedu.com](mailto:anacabanas@aedu.com)

**Resumo-** Os empresários brasileiros aprendem aos poucos que para se ter uma maximização de seus lucros gerirem pessoas é essencial. Uma das ferramentas de gestão utilizadas para fazer com que a equipe se sinta valorizada é a Qualidade de Vida no Trabalho, a qual ganha tem grande projeção no ramo industrial e construção civil, mas os trabalhadores do comércio que também são suscetíveis a riscos laborais, ficam aquém. Diante disso, a intenção deste artigo é incentivar os comerciantes à prática efetiva e contínua da Qualidade de Vida dos comerciários no ambiente laboral. Para o desenvolvimento desta pesquisa bibliográfica de caráter qualitativo, utilizou-se o método de abordagem hipotético-dedutivo e procedimento funcionalista. O comércio é um ramo de atividade de grande participação na economia brasileira, contribui significativamente para o Produto Interno Bruto Brasileiro, por isso, a promoção do bem estar dos comerciantes é indispensável. Conclui-se que os gestores devem perceber a necessidade de uma força de trabalho saudável, motivada e preparada para a extrema competição atualmente existente e também responder à demanda de seus colaboradores em relação a uma melhor qualidade de vida.

**Palavras-chave:** Clima organizacional. Capital humano. Qualidade de vida no trabalho.

**Área do Conhecimento:** Ciências Sociais Aplicadas – Administração.

### Introdução

Toda organização é composta por pessoas. Independente do ramo de atividade, porte ou ciclo de desenvolvimento, o capital humano é o bem mais importante. A todo tempo, as pessoas estão interagindo em seu ambiente, passando por novas experiências, impactos e influência do meio em que vivem. Trabalhar com a diversidade de pessoas é um grande desafio para os gestores e líderes.

Durante a busca pela necessidade, o indivíduo demonstra um comportamento particular, que Bergamini (2008) chama de comportamento motivacional. Por esta razão, é essencial a valorização das pessoas por meio da Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) – ferramenta de gestão que requer grande atenção e conquista destaque no cenário organizacional –, a qual só acontece quando os gestores se preocupam além da produtividade.

O comércio tem se mostrado uma das principais áreas que mais cresce no Brasil. Sua participação na economia brasileira, atualmente, é de 10,7%, contribuindo significativamente para o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro, que foi de 7,5% no ano de 2010, superior a grandes economias de primeiro mundo,

conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2011), como apontado no Gráfico 1.

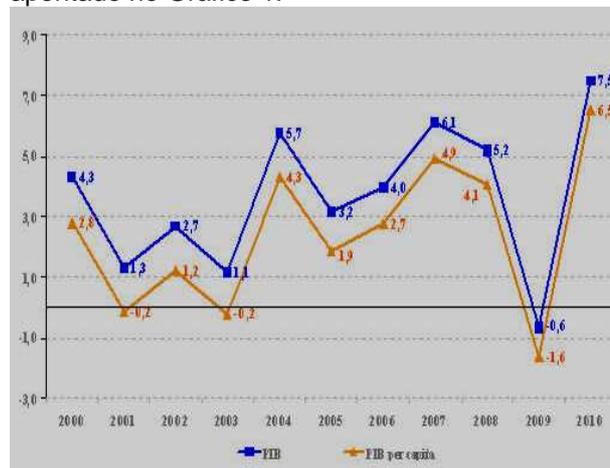


Gráfico 1 – PIB e PIB per capita: taxa (%) de crescimento anual

Fonte: IBGE, 2011

Entretanto, o comércio é um dos segmentos que mais apresentam deficiência em relação à QV de seus colaboradores. Portanto, como a QVT reflete no sucesso da organização, a intenção deste artigo é incentivar os comerciantes à prática

efetiva e contínua da Qualidade de Vida (QV) dos comerciários no ambiente laboral.

## Metodologia

Utilizou-se o método de abordagem hipotético-dedutivo com procedimento funcionalista e estruturalista e caráter qualitativo para o desenvolvimento deste estudo bibliográfico descritivo.

Dentre os descritores que facilitaram a busca pelo material estão: cultura organizacional, clima organizacional, capital humano, capital intelectual, qualidade de vida no trabalho, (in)satisfação, produtividade, motivação e liderança.

O período de coleta de dados secundários perdurou por cinco meses – fevereiro a julho de 2011.

Além de livros de autores renomados no assunto, utilizaram-se artigos publicados em periódicos como *Ciência & Saúde Coletiva*, *Revista de Administração* e *Caderno de Pesquisas em Administração*, bem como *site* do IBGE.

Esclarece-se que a QVT, enfoque deste estudo é vislumbrado como ferramenta de gestão de pessoas (meio) e não o fim, visto que para os empresários, o resultado é sempre a lucratividade que obtiverem com o alcance de suas metas e seus objetivos organizacionais.

## Resultados

No mundo globalizado, o processo de mudanças é constante, novas tecnologias, novos processos e novos conceitos. Estas mudanças acontecem em todo momento e afetam a vida organizacional. Desta forma, observa-se a necessidade das empresas investirem em pessoas, por serem o principal recurso devem ser valorizadas.

Na organização, a mudança não deve surgir apenas por parte dos gestores, mas também por parte dos colaboradores. Ela surge de forma coletiva e sendo bem interpretada, Bispo *et al.* (2005) mostra que é uma oportunidade de crescimento mútuo.

À medida que os gestores reconhecem que as pessoas são as que mais impulsionam ao crescimento organizacional, muitas começam a investir, oferecendo maior treinamento e capacitação profissional para que possam formar equipes competentes, qualificadas, motivadas e, assim, conseguindo atingir seus objetivos.

Revela Parente (2000) que os colaboradores insatisfeitos com seus dirigentes refletem na sobrevivência da organização e a prejudica.

Uma das ferramentas que pode ser utilizada pelos gestores para valorizar as pessoas nas organizações é a QVT – fundamental para o sucesso do negócio. Não somente a organização lucrar, como também os colaboradores, em termos de clima organizacional e valorização do capital humano – competência cada vez mais apreciada no profissional do terceiro milênio.

Por esse motivo é indubitável a valorização dos colaboradores no comércio por meio da QVT. Não só os clientes externos colaboram para o sucesso organizacional, mas, essencialmente, os clientes internos, resultante do *endomarketing* e do *empowerment*. Quando existe QVT os colaboradores começam a trabalhar COM a empresa e não PARA a empresa.

Na visão de Chiavenato (2004), o capital humano é diferente dos ativos físicos, não é um objeto que possa ser possuído, e sim é proprietário de conhecimento, podem se sentir (in)satisfeitos. Deles dependem a inovação de produtos, processos e serviços e a satisfação dos clientes.

Cada um tem uma ideia a respeito de seu trabalho e o papel que desempenha em sua vida. Salienta Schein (1996), que é esta imagem interna que determina a motivação de cada indivíduo e o que ele quer alcançar.

O grande desafio para a QVT está na mudança do perfil de gestores – modo de agir com seus colaboradores. Se, é nas organizações que se passa a maior parte da vida, aconselha Vasconcelos (2001), seria natural que o ambiente laboral se transforme em lugares aprazíveis e saudáveis para a execução do trabalho, locais esses com QV, satisfação e alegria.

## Discussão

Os líderes devem mostrar todo o seu conhecimento, saber fazer um bom planejamento, ter habilidade para assumir imprevistos, ter controle, saber se adequar às mudanças do mercado atual, se integrar e, principalmente, ter atitude nas decisões, até mesmo porque são os que mais assumem riscos na organização (PARENTE, 2000).

Atualmente, os líderes têm sido mais cobrados em relação à compreensão e à mudança que vem acontecendo, o modo das pessoas fazerem uso de suas capacidades físicas, cognitivas e afetivas de produção tem se modificado (ASSUNÇÃO, 2003).

Muitas organizações adotam métodos que causam espanto, medo e *stress*, elegem pessoas de um determinado grupo para vigiá-los na intenção de promover competições e desenvolver lideranças. Portanto, essa conduta por parte das

organizações pode causar danos e prejuízos irreversíveis na vida de um colaborador (DEJOURS, 1992).

A motivação dos funcionários afeta a produtividade e parte do trabalho do líder é canalizar a motivação em direção à realização das metas organizacionais (DAFT, 2005, p.398).

Os programas de QVT são exigência dos novos tempos. Expressam um compromisso com os avanços da ciência, da civilização, da cidadania. E ainda, por isso, um desafio para muitos (LIMONGI-FRANÇA, 2008, p.32).

As literaturas indicam que a QVT interfere no desempenho dos colaboradores no ambiente laboral. A valorização do cliente interno, resultante do endomarketing, reflete na QVT e na qualidade do serviço prestado ao cliente externo. Contudo, não é suficiente a decisão de melhorar a QVT das organizações, deve-se identificar fatores e critérios que sustentem a formulação de modelos de implantação de projetos referentes a esta ferramenta (FERNANDES; GUTIERREZ, 1988).

## Conclusão

Os resultados desta pesquisa bibliográfica indicam que não existir uma rigorosa fiscalização com relação à preocupação da saúde dos comerciários, o comércio se torna uma das áreas mais deficientes com relação à QVT de seus colaboradores. Mesmo de forma implícita, o comércio é um dos segmentos que mais exige de seus colaboradores, com relação a esforço físico e carga horária, causando desconforto e até mesmo problemas psicológicos e motivacionais.

Há resistência dos comerciários em inovações que propiciem QVT. Muitas pessoas têm medo de mudar e inovar, outras são resistentes às mudanças. Isto é decorrente da gestão sem transparência e de falhas na comunicação.

Com a implantação da QVT como ferramenta de gestão de pessoas neste ramo de atividade é possível alcançar a satisfação dos comerciários, por meio de motivação, reconhecimento e autonomia. Com isso, os gestores de comércio conseguem obter confiança, bem estar e um melhor relacionamento entre líderes e liderados.

Muitos desafios se apresentam para que aconteça a QVT. Os gestores devem perceber a necessidade de uma força de trabalho saudável, motivada e preparada para a extrema competição atualmente existente e também responder à demanda de seus colaboradores em relação a uma melhor QV.

Somente com a QVT o comércio conseguirá atingir a produtividade e a lucratividade desejada. Afinal, o profissional, que se sente valorizado, trabalha de forma eficaz.

## Referências

- ASSUNÇÃO, A. A. Uma contribuição ao debate sobre as relações Saúde e Trabalho. **Ciência & Saúde Coletiva**. v.8, n.4, p. 1005-18, 2003.
- BERGAMINI, W.C. **Motivação nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2008.
- BISPO, M.M. *et al.* **Cargos, Carreiras e Remuneração**. Rio de Janeiro: FGV, 2005.
- CHIAVENATO, I. **Recursos Humanos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.
- DAFT, R.L. **Administração**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2005.
- DEJOURS, C. **A loucura do trabalho: estudo de psicopatologia do trabalho**. São Paulo: Cortez-Oboré, 1992.
- FERNANDES, C.E.; GUTIERREZ, H.L. Qualidade de Vida no Trabalho (QVT): uma experiência brasileira. **Revista de Administração**. v.23, n.4, p.29-38, out./dez. 1988.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Dados estatísticos referentes ao Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro em 2010**. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php?id\\_noticia=1830&id\\_pagina=1](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1830&id_pagina=1)>. Acesso em: 20 abr. 2011.
- LIMONGI-FRANÇA, A. **Qualidade de Vida no Trabalho QVT**. São Paulo: Atlas, 2008.
- PARENTE, J. **Varejo no Brasil: gestão e estratégia**. São Paulo: Atlas, 2000.
- SCHEIN, H. E. **Identidade Profissional: como ajustar suas inclinações a suas opções de trabalho**. São Paulo: Nobel, 1996.
- VASCONCELOS, F.A. Qualidade de Vida no Trabalho: origem, evolução e perspectivas. **Caderno de Pesquisas em Administração**. v.8, n.1, p. 23-35, 2001.