



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I – CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – CCSA
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA – DAEC
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC**

MONNYA JOSSELANY TAVARES GOUVEIA

**PERCEPÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS DA AGÊNCIA 8210 DO BANCO
ITAÚ-UNIBANCO EM RELAÇÃO À QUALIDADE DE VIDA NO
TRABALHO**

**CAMPINA GRANDE – PB
2016**

MONNYA JOSSELANY TAVARES GOUVEIA

**PERCEPÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS DA AGÊNCIA 8210 DO BANCO ITAÚ-
UNIBANCO EM RELAÇÃO À QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Graduação em Administração da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientadora: Orientadora: Prof^a. Dr^a. Viviane
Barreto Motta Nogueira

**CAMPINA GRANDE – PB
2016**

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

G719p Gouveia, Monnya Josselany Tavares
Percepção dos funcionários da agência 8210 do Banco Itaú-
Unibanco em relação à qualidade de vida no trabalho [manuscrito]
/ Monnya Josselany Tavares Gouveia. - 2016.
28 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em
Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de
Ciências Sociais Aplicadas, 2016.

"Orientação: Prof. Dra. Viviane Barreto Motta Nogueira,
Departamento de Administração e Economia".

1. Qualidade de vida no trabalho. 2. Produtividade em
banco. 3. Condições laborais. 4. Funcionário de banco. I. Título.

21. ed. CDD 306.361

MONNYA JOSSELANY TAVARES GOUVEIA

**PERCEPÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS DA AGÊNCIA 8210 DO
BANCO ITAÚ-UNIBANCO EM RELAÇÃO À QUALIDADE DE
VIDA NO TRABALHO**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Graduação em
Administração da Universidade Estadual
da Paraíba (UEPB), em cumprimento à
exigência para obtenção do grau de
Bacharel em Administração.

Aprovado em: 20 / 05 / 2016

BANCA EXAMINADORA

Viviane Barreto Motta Nogueira
Prof.^a Dr.^a Viviane Barreto Motta Nogueira (UEPB)
Orientadora

Yêda Silveira Martins Lacerda
Profa. Dr.^a Yêda Silveira Martins Lacerda (UEPB)
Examinadora

Anne Isabelly Pereira das Neves
Profa. MSc. Anne Isabelly Pereira das Neves (UEPB)
Examinadora

**CAMPINA GRANDE – PB
2016**

PERCEPÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS DA AGÊNCIA 8210 DO BANCO ITAÚ-UNIBANCO EM RELAÇÃO À QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO

GOUVEIA, Monnya Josselany Tavares Cunha

RESUMO

O trabalho tem ao longo da história, uma carga de significados atrelada ao desgaste físico e mental, o que impulsionou a mobilização de trabalhadores a lutar por melhores condições laborais. Na década de 1950, surgiu o movimento pela Qualidade de Vida no Trabalho, cujo objetivo era minimizar os efeitos negativos do emprego. Através da adoção algumas práticas, o QVT pretende fomentar a produtividade com ações que estimulem o empregado e garanta seu bem estar. Nesse contexto, o atual estudo teve como objetivo analisar a percepção dos funcionários de uma agência bancária sobre a QVT em uma agência bancária Itaú-Unibanco em João Pessoa-PB. A metodologia empregada foi de uma pesquisa descritiva, de campo, bibliográfica, caracterizada como estudo de caso de caráter qualitativo e quantitativo. Conforme a análise dos resultados, a constatação é de que o Itaú-Unibanco precisa adotar programas de capacitação, integração entre os funcionários da agência, incentivos à produtividade e revisão da cobrança de metas.

Palavras-Chave: Trabalho. Incentivo. Produtividade. Qualidade de Vida no Trabalho.

1 INTRODUÇÃO

O mundo ocidental sempre associou o trabalho a uma rotina chata e às vezes árdua, necessária à obtenção dos meios de sobrevivência e garantia de manutenção humana. Na antiguidade, ele era desempenhado pelos escravos. A má fama se fortaleceu ainda mais durante a Revolução Industrial, com o surgimento da classe operária e as produções em larga escala. Neste contexto, o trabalho passou a significar jornadas exaustivas, má remuneração e exploração.

Como meio de se manter, o trabalho é também o elemento mais importante da produção social. Todo trabalho exige energia física e psíquica, que, nesse processo, é chamado de força do trabalho. O trabalho é, assim, o resultado que se pode medir da força de trabalho.

Durante muitos anos, o trabalho servia para a manutenção e a reprodução biológica do ser humano e se desempenhou sob a forma de coleta, de trabalho extrativo, quando veio surgir, mais tarde, a pesca, a caça e o pastoreio. Com a agricultura, veio a ideia de que se produzindo um excedente do que se poderia utilizar, seria possível escravizar pessoas, depois

a revolução industrial, mas o mesmo drama da exploração.

Mas à medida que o proletariado crescia à proporção da exploração de sua força de trabalho, novas exigências se tornaram impositivas para a adequada manutenção das relações entre empregados e empregadores. Com o passar do tempo, a atividade laboral passou a ser investida de outros significados e os ofícios foram se aperfeiçoando.

O ambiente das sociedades industriais avançadas nas quais a sobrevivência não constitui mais a principal motivação para o trabalho está gerando uma nova atitude face à organização. A capacidade de liderança de um administrador, quer dizer, sua capacidade de motivar, dirigir, influenciar e comunicar-se com seus subordinados.

A satisfação no fazer, na atividade profissional passou a ser uma cobrança de uma classe trabalhadora, que já consciente de sua importância também precisava desempenhar com motivação suas atividades.

Entre os empregadores, esta motivação passou a ser enxergada uma forma de estimular a produtividade. Responsabilidades são os resultados que se espera obter nas pessoas que se está procurando motivar. Se estas pessoas não sabem que resultado está se esperando delas, certamente não poderão atingi-los.

Segundo Weiss (1991, p. 29), “cada pessoa também deve conhecer suas responsabilidades individuais”.

Parte da motivação de uma pessoa vem do fato de ela saber que tem um papel importante na organização e que outras pessoas contam com ela. Segundo Weiss, (1991, p.32) “As pessoas trabalham por recompensas. Essas não precisam ser tangíveis, como dinheiro. Podem ser intangíveis, como no caso de deixar um funcionário ser líder de um grupo”.

Na história recente, a sociedade passou a questionar e a exigir a melhoria das condições de trabalho e a valorizá-lo como uma forma de se satisfazer profissional e pessoal. Mais do que uma visão antropocentrismo, a qualidade de vida no trabalho advém do caráter humanitário que prescinde toda atividade humana.

Neste trabalho, a proposta é apresentar a origem da Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) e os fatores que propiciaram seu surgimento ao longo do século XX até os dias atuais; na segunda mostraremos a evolução e seus tipos de conceitos; na terceira parte buscamos responder a indagação objeto deste trabalho, que é de como os colaboradores de uma instituição bancária acham que podem melhorar a qualidade de vida no trabalho da unidade.

Para tal fizemos a seguinte pergunta: Qual a sua percepção o que o Itaú-Unibanco poderá fazer para melhorar a Qualidade de Vida no Trabalho de seus colaboradores da agência 8210?

O objetivo da pesquisa também será o de mostrar como se encontra a QVT da referida agência e através do conhecimento da relação do indivíduo, lançar luzes de como melhorá-la no ambiente, buscando a solução mais adequada tanto ao empregado quanto à instituição.

Inicialmente o trabalho faz um apanhado histórico sobre a origem do trabalho atrelado às relações de escravidão, depois de servidão e por fim, e posteriormente de aprendiz até o surgimento do proletariado com o advento e crescimento do sistema mercantilista.

Dentro deste escopo, a estrutura do artigo compreende os seguintes elementos: Resumo, Introdução, Revisão de Literatura, Análise de Resultados, estes dois últimos apresentados nos capítulos I e II, respectivamente e as Considerações Finais e Referências.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 A ORIGEM DA QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO

O movimento pela Qualidade de Vida no Trabalho começou a se formar na década de 50 e tomou impulso na década posterior através de estudos e militância de cientistas sociais, líderes sindicais, empresários e governantes, na busca de melhores formas de organizar o trabalho e minimizar efeitos negativos do emprego na saúde e bem estar geral dos trabalhadores.

Porém, o conceito QVT no trabalho só foi introduzido publicamente, no início da década de 70, pelo professor americano Louis Davis, quando desenvolvia um projeto sobre desenho de cargos ampliando, impulsionado por uma onda de qualidade de vida no trabalho nos Estados Unidos da América (EUA).

Entre os fatores que contribuíram para a ressonância do movimento está a preocupação com a competitividade internacional e o grande sucesso dos estilos e técnicas gerenciais dos programas de produtividade japonesa, centrado nos empregados. Na época havia uma necessidade latente de unir os interesses dos empregados e empregadores através de práticas gerenciais capazes de reduzir os conflitos.

Outra tentativa era a de tentar maior motivação nos empregados, embasando suas filosofias nos trabalhos dos autores da escola de Relações Humanas, como Maslow, Herzberg e outros.

A qualidade de vida no trabalho tem sido uma preocupação do homem desde o início de sua existência com outros títulos em outros

contextos, mas sempre voltada para facilitar ou trazer satisfação e bem estar ao trabalhador na execução de sua tarefa. (RODRIGUES, 2011, p.76).

A qualidade total teve bastante influência para o desenvolvimento da qualidade de vida no trabalho, pois das práticas anunciadas pelo sistema de controle da qualidade total, têm-se algumas que devem ser destacadas para melhor análise da influência, tais como: maior participação dos funcionários nos processos de trabalho, ou seja, uma tentativa de eliminação da separação entre planejamento execução, promovida principalmente pelos sistemas tayloristas e fordistas.

Alguns dos bônus estão na descentralização das decisões; redução de níveis hierárquicos; supervisão democrática; ambiente físico seguro e confortável; além de condições de trabalho capazes de gerar satisfação; oportunidade de crescimento e desenvolvimento pessoal. Práticas como estas representam os esforços para o melhoramento das condições de trabalho, ou seja, existe um movimento pela melhoria da qualidade de vida no trabalho na filosofia do controle da qualidade total.

A qualidade de vida no trabalho pode ser definida como o apêndice da organização de qualquer gestão de média e grande empresa e compreende o envolvimento de pessoas, trabalho e organizações, onde se destacam dois aspectos importantes: a preocupação com o bem-estar do trabalhador e com a produtividade, bem como a participação dos trabalhadores nas decisões e problemas do trabalho.

A satisfação no trabalho não pode estar isolada da vida do indivíduo como um todo. Segundo Rodrigues (2011, p.93), “Os empregados que possuem uma vida familiar insatisfatória tem o trabalho como o único ou maior meio para obter a satisfação de muitas de suas necessidades, principalmente, as sociais”.

2.2 A IMPORTÂNCIA DA QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO – QVT

Com o desenvolvimento das relações de trabalho e dos direitos e mecanismos de proteção para resguardá-los, surgiu a necessidade de criar um ambiente em que as pessoas possam se sentir bem com a gerência, com elas mesmas e entre seus colegas de trabalho, e estar confiantes na satisfação das próprias necessidades, ao mesmo tempo em que colaboram com o grupo.

A Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) pode ser utilizada para que as organizações renovem suas formas de organização no trabalho, de modo que, ao mesmo tempo em que se

eleva o nível de satisfação do pessoal, eleva-se também a produtividade das empresas como resultado de maior participação dos empregados nos processos relacionados ao seu trabalho.

Um programa de Qualidade de Vida no Trabalho tem como objetivo gerar uma organização mais humanizada, na qual os trabalhadores envolvem, simultaneamente, responsabilidade e autonomia em nível do cargo, além de obtenção de recursos de retorno sobre o desempenho. Obviamente nem todos os problemas de produtividade das empresas, e nem todo tipo de insatisfação do empregado, em qualquer nível, podem ser resolvidos pela Qualidade de Vida no Trabalho.

Contudo, a sua devida aplicação conduz a melhores desempenhos, ao mesmo tempo em que evita maiores desperdícios, reduzindo custos operacionais. Segundo Fernandes (1996, p.24), “a qualidade é antes de tudo uma questão de atitude. Quem faz e garante a qualidade são as pessoas, muito mais do que o sistema, as ferramentas e os métodos de trabalho”.

A qualidade tem a ver, essencialmente com a cultura da organização. São fundamentalmente os valores, a filosofia da empresa, sua missão, o clima participativo, o gosto por pertencer a ela e as perspectivas concretas de desenvolvimento pessoal que criam a identificação empresa – empregado. O ser humano fazendo a diferença na concepção da empresa e em suas estratégias (MATOS, 2002, p. 40).

O trabalho é visto como não tendo qualidade de vida, como não sendo humano. Segundo Rodrigues (2011, p.11), “o trabalho é indesejado, justamente porque na atual sociedade, com muita frequência, ele se configura de uma forma totalmente fragmentada e sem sentido, burocratizada, cheia de normas e rotinas, ou então, cheio de exigências e conflitivo com a vida social ou familiar”.

Por um lado, o indivíduo por ser humano, e porque a organização não corresponde à totalidade de sua vida, sempre manifestará, dentro das organizações, o comportamento informal. Por outro lado, este esquema racional que exige comportamento formal é importante e necessário para o funcionamento das organizações. É importante salientar que a organização não é nem jamais será o fórum substituto de sua vida privada.

A organização, na sua contínua busca pela racionalidade, estabelece a melhor estrutura formal e assim tenta controlar o comportamento humano que nela se insere, pois está interessada na execução, por parte de cada pessoa, de suas funções dentro do seu trabalho.

A cultura de grupo, com os valores, crenças, princípios e normas, estabelece uma maneira típica de comportamento, que muitas vezes é expressa através do que se convencionou denominar de “filosofia da empresa”, como artifício do que é permitido ou do que é rejeitado. Essas limitações culturais ganham

foros de verdade, tão fortes em determinados ambientes, que se tornam barreiras e renovação. Passam a ser paradigmas que, por não serem questionados, levam a uma perigosa acomodação cultural. Não se desenvolve a visão crítica e assim poucos são capazes de perceber crises instaladas e riscos de tendências (MATOS, 2002, p. 37).

Os trabalhadores precisam de condições, que não são só racionais, para expressar sua capacidade profissional, dentre elas: adequada remuneração, boas condições físico-psicológicas no trabalho e benefícios sociais além do trabalho que preencha o restante do espaço não ocupado inteiramente pela racionalidade inseparável e necessária à organização.

Para Gonçalves (1998, p.51), “o trabalho submetido à ditadura de princípios econômicos jamais conduzirá ao pleno desenvolvimento do homem. E este será apenas possível quando, ao lado de diretrizes técnicas [...], o trabalho for regulado por imperativos de natureza ética.”

Apesar de toda badalação em cima das novas tecnologias de produção, ferramentas da qualidade, etc., são fato facilmente constatado que mais e mais os trabalhadores se queixam de uma maior rotina de trabalho, de condições de trabalho inadequadas às vezes até de nível desumano. Estes problemas ligados à insatisfação no trabalho têm consequências que geram uma rotatividade de mão-de-obra mais elevada, reclamações e greves mais numerosas, tendo um efeito marcante sobre a saúde mental e física dos trabalhadores, e, em decorrência, na responsabilidade empresarial.

Segundo Fernandes (1996, p. 46), “QVT deve ser considerada como uma gestão dinâmica porque as organizações e as pessoas mudam constantemente; e é contingencial porque depende da realidade de cada empresa no contexto em que esta inserida”.

A satisfação no trabalho pode ser encarada como uma atitude global ou então ser aplicada a determinadas partes do cargo ocupado pelo funcionário. A valorização humana na empresa importa na consideração da plenitude de realização do homem, cujos referenciais para nós são os quatro pólos existenciais: fé, amor, trabalho e lazer. Esses são os fundamentos de uma política de valorização do ser humano no trabalho, que compreende, em uma visão integrada, as funções clássicas de recrutamento, seleção, treinamento, desenvolvimento gerencial, benefícios, cargos e salários, avaliação de desempenho, promoção sucessão e comunicação interna (MATOS, 2002, p.17).

A satisfação no trabalho, como qualquer outro tipo de atitude, é geralmente formada durante determinado período de tempo, na medida em que o empregado vai obtendo informações sobre o ambiente de trabalho. Os administradores não podem estabelecer as condições que levam hoje à satisfação mais elevada e não dar atenção, ainda mais porque as

necessidades dos empregados podem mudar de repente. Os administradores precisam prestar atenção nas atitudes dos empregados semana a semana, mês após mês, ano após ano.

O grau por que o indivíduo se desinteressa ou se esforça pelo seu trabalho, pode depender mais do grau de empenho demonstrado pelos demais membros do grupo no qual está inserido, do que por qualquer princípio estabelecido pela racionalidade das organizações, seja motivação financeira, repreensão patronal ou ambiente físico excelente.

A Qualidade de Vida no Trabalho deve corresponder objetivamente à obtenção do bem estar no trabalho, ou seja, a tornar o trabalho saudável, humano, por isto seus fatores têm de ser claros e nítidos.

Frequentemente reclama-se das condições opressivas do trabalho oriundas da necessidade de se produzir mais e melhor. Produtividade (qualidade e quantidade de produtos e serviços executados com tempo cada vez menos) é a meta de qualquer organização. No entanto, como já foi visto, são os seres humanos, os responsáveis por esta produção e eles mesmos formadores do ambiente em que transitam e se relacionam.

Para Matos (2002, p.118), “a humanização do ambiente de trabalho significa tornar o clima interno não opressivo, participativo, receptivo ao inter-relacionamento cordial e cooperativo em todos os 10 níveis”.

3 METODOLOGIA

De acordo com Lakatos e Marconi (1996, p. 15), “pesquisar não é apenas procurar a verdade; é encontrar respostas para questões propostas, utilizando métodos científicos”. O campo das ciências sociais, ao qual pertence a administração é rico na utilização de métodos variados de investigação, e não poderia ser diferente, pois a organização é um dos principais objetos de estudo desse campo científico.

Assim, fica evidente a necessidade de empregar modelos investigativos abrangentes que permitam compreender a complexidade e interação humana em suas mais minuciosas nuances. A pesquisa científica em administração ainda é alvo de grandes discussões, visto que ela não possui um método de investigação próprio. Para desenvolver seus estudos os cientistas organizacionais recorrem a modelos científicos de pesquisa de outras áreas do conhecimento, tais como os de estatística, matemática, e mais recentemente os de antropologia, sociologia e psicologia.

Como forma de abordagem, lançamos mão do recurso de pesquisa quantitativa que

promove a adequada interação entre o ambiente e o sujeito, através da coleta de dados dos entrevistados e do seu local de trabalho.

Segundo Silva & Menezes (2000, p. 20), “a pesquisa qualitativa considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. A interpretação dos fenômenos e atribuição de significados são básicos no processo qualitativo. Não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas. O ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave. O processo e seu significado são os focos principais de abordagem”.

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. Assim, 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).

Para Minayo (2010), a pesquisa qualitativa trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis. Aplicada inicialmente em estudos de Antropologia e Sociologia, como contraponto à pesquisa quantitativa dominante, tem alargado seu campo de atuação a áreas como a Psicologia e a Educação. A pesquisa qualitativa é criticada por seu empirismo, pela subjetividade e pelo envolvimento emocional do pesquisador.

Desta forma, compreende-se que a pesquisa qualitativa está mais relacionada no levantamento de dados sobre as motivações de um grupo, em compreender e interpretar determinados comportamentos, a opinião e as expectativas dos indivíduos de uma população.

A pesquisa qualitativa envolve o estudo do uso e a coleta de uma variedade de materiais empíricos – estudo de caso, experiência pessoal, introspecção, história de vida, entrevista, artefatos, textos e produções culturais, textos observacionais, históricos, interativos e visuais – que descrevem momentos e significados rotineiros e problemáticos da vida dos indivíduos (DENZIN; LINCOLN, 2006).

Quanto ao objetivo, a pesquisa é descritiva, o que segundo Silva & Menezes (2000, p.21), quer dizer que “a pesquisa descritiva visa descrever as características de determinada

população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados: questionário e observação sistemática. Assume, em geral, a forma de levantamento”.

A pesquisa do presente estudo, portanto, é descritiva por tentar descrever o cotidiano dos colaboradores de uma agência bancária com enfoque na qualidade de vida no trabalho, assim como suas expectativas e perspectivas em relação à QVT. Essa abordagem é um tipo de estudo muito utilizado em Administração Pública, já que se presta a descrever as características de um determinado fato ou fenômeno.

Na pesquisa descritiva realiza-se o estudo, a análise, o registro e a interpretação dos fatos do mundo físico sem a interferência do pesquisador. São exemplos de pesquisa descritiva as pesquisas mercadológicas e de opinião (Barros e Lehfeld, 2007).

Outro tipo de pesquisa utilizado é a bibliográfica, que se fundamenta a partir do conhecimento disponível em fontes bibliográficas, principalmente livros e artigos científicos.

Essa pesquisa é realizada a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites.

Após a realização do estudo bibliográfico entramos na etapa da pesquisa de campo que é realizada após o estudo bibliográfico, para que o pesquisador tenha um bom conhecimento sobre o assunto, pois é nesta etapa que ele vai definir os objetivos da pesquisa, as hipóteses, definir qual é o meio de coleta de dados, tamanho da amostra e como os dados serão tabulados e analisados. (MARCONI & LAKATOS, 1996)

Este tipo de pesquisa vai muito além da observação dos fatos e fenômenos e faz uma coleta do que ocorre na realidade a ser pesquisada. Depois disso, elas são analisadas e seus dados são interpretados com base em uma fundamentação teórica sólida com o desígnio de elucidar o problema pesquisado.

De modo geral, durante a realização de uma pesquisa algumas questões são colocadas de forma bem imediata, enquanto outras vão aparecendo no decorrer do trabalho de campo. A necessidade de dar conta dessas questões para poder encerrar as etapas da pesquisa frequentemente nos leva a um trabalho de reflexão em torno dos problemas enfrentados, erros cometidos, escolhas feitas e dificuldades descobertas. Este trabalho surgiu da necessidade de partilhar algumas informações e reflexões acerca do recurso à pesquisa qualitativa que, apesar dos riscos e dificuldades que impõe, revela-se sempre um empreendimento profundamente instigante, agradável e desafiador.

Nesta perspectiva, a realização e aplicação de uma enquete aos funcionários de uma agência bancária servirá para avaliação de algumas perguntas referentes à qualidade de vida no trabalho, no referido ambiente profissional.

Consideramos a relevância deste trabalho, uma vez que pretende contribuir com uma radiografia da qualidade de vida no trabalho, a partir de um ambiente de instituição financeira, que geralmente é permeado por relações de tensão que vão da busca pela produtividade até a fragilidade do setor que cada vez, se torna mais precário com cobranças que partem dos superiores hierárquico e dos clientes; e por outro lado o de oferecer luzes à construção de melhores condições, que refletirão na qualidade do serviço, na produtividade e na relação entre a empresa, os funcionários e os clientes.

No curso de Administração e no cotidiano das organizações, verifica-se que o funcionário rende mais conforme as condições e o bem estar material e psicológico que o ambiente de trabalho oferece, reduzindo discussões, problemas ocupacionais, doenças e desconforto.

Nos interstícios do processo produtivo, as pessoas são as protagonistas e suscetíveis constantemente a agentes internos e externos que definirão seus papéis como funcionários que reproduzem padrões e/ou recriam novas formas de atuar possibilitando mudanças prosperas que renovam a engrenagem do trabalho.

O objeto de estudo – a Agência 8210 do banco Itaú-Unibanco, uma das 10 sediadas em João Pessoa e que fica localizada na Avenida Parque Sólon de Lucena, 43, no Centro. Para efeito de estudo apenas na área comercial foi focada, onde 10 funcionários e um estagiário, todos submetidos do início de fevereiro até a primeira quinzena de abril, a uma enquete, que foi instrumento de coleta de dados utilizado na pesquisa.

O Itaú é uma instituição financeira privada com sede em São Paulo voltada ao setor de varejo e múltiplo, que oferece serviços de finanças e seguros com atuação em mais de 27 países. O Itaú oferece serviços de conta corrente, poupança, Limite Itaú Para Saque (LIS ou cheque especial), empréstimos pessoais sem garantia e com garantia, crédito consignado (INSS, órgão público e empresas privadas), cartões de crédito, seguro de residência, vida e acidentes pessoais, financiamento de automóveis e Imobiliário, planos de previdência privada, consórcio, administração de ativos e planos de capitalização para pessoas físicas.

O banco Itaú é um braço do Itaú Unibanco Holding S/A e parte do Grupo Itaúsa. O seu nome é uma referência à cidade de Itaú de Minas, em Minas Gerais, no Brasil - sede da primeira agência. A história do banco tem origem na história do banco da família Vilela e a do banco da família Setúbal; e posteriormente no da família Moreira Sales, através da fusão

com o Unibanco, em 2008. A história do banco começou em 30 de dezembro de 1943, quando Alfredo Egydio de Sousa Aranha fundou, na cidade de São Paulo, o Banco Central de Crédito, que foi autorizado a operar no ano seguinte. Já a outra parte da história, a primeira agência do Banco Itaú América, foi aberta no mesmo ano na cidade de Itaú de Minas, em Minas Gerais. Em 2 de janeiro de 1945, surgiu a primeira agência do Banco Central de Crédito (lembrando que este nada tinha a ver com o Banco Itaú América. Eram bancos distintos.).

A pedido do governo federal, toda instituição que tinha "Banco Central" em sua razão social teve que mudar de nome. Em 1952, mudou, então, sua denominação para "Banco Federal de Crédito". Mais tarde, o governo federal usaria o termo "Banco Central" como nome de sua autoridade monetária principal. Vários bancos nessa época chamavam-se "Banco Central de alguma coisa ou lugar".

Os anos 1960 e 1970 foram marcados por diversas incorporações, fusões e aquisições, que proporcionaram um rápido crescimento ao banco. A primeira aquisição foi a do Banco Paulista de Comércio, em 1961. Houve a fusão com os bancos "União de Crédito" e, por fim, o "Itaú América", que acabou por gerar o nome usado até hoje: "Itaú". Em 1973, após outras mudanças de nome, o banco passou a se chamar apenas Banco Itaú e foi adotado um logotipo muito parecido ao atual, porém em preto e branco, que perdurou quase duas décadas (o símbolo era uma pedra preta, que, segundo alguns historiadores, seria a tradução do termo "itaú" da língua tupi para a língua portuguesa).

O logotipo atual surgiria em 1992, com um fundo azul e letras amarelas e ligeiramente menores e mais espaçadas. Em 1974, foi criada a Itaúsa - Investimentos Itaú, *holding* que detém controle acionário do banco e de outras empresas. Seus dois maiores acionistas são a família Vilela e a família Setúbal. Esta última é a que mais aparece na mídia em face de Eudoro Vilela ter morrido sem deixar um herdeiro no comando do banco.

A partir de meados dos anos 1990, o governo do presidente Fernando Henrique Cardoso iniciou o processo de privatização de bancos estatais, o qual, juntamente com outras aquisições de empresas privadas do setor bancário e correlatas (como de seguros) alavancaram enormemente a expansão do Itaú na última década. Nesse período, o Itaú adquiriu o Banco do Estado do Rio de Janeiro S.A (junho de 1997), o Banco do Estado de Minas Gerais S.A (1998), o Banco do Estado do Paraná S.A (outubro de 2000) e o Banco do Estado de Goiás S.A. (2001).

O Banco do Estado de Minas Gerais foi uma transação de 583 milhões de reais. A instituição adquirida possuía ativos de 3,2 bilhões de reais e quase um milhão de clientes. No

Banco do Estado do Paraná, o preço de aquisição, com pagamento à vista, foi de 1,6 bilhões de reais, correspondendo a um ágio de 303 por cento sobre o preço mínimo fixado para o leilão. Em retorno, o Itaú levou, além da complementaridade de atividades financeiras, um ativo de 6,6 milhões de reais, mais 239 agências e 551 mil clientes. O Banco do Estado de Goiás, com ativos totais de 1,3 bilhões de reais e 420 mil clientes, foi comprado por 665 milhões de reais. Na época, o estado de Goiás estava em franco crescimento, principalmente na área agroindustrial. Além disso, a transação rendeu ao Itaú um acréscimo de 149 agências, incluindo postos de atendimento, no estado de Goiás, região em que a instituição tinha pouca presença.

Entre estes negócios, também o Banco Itaú fez um movimento inverso à desnacionalização que ocorria no setor bancário na época, comprando bancos estrangeiros, além de representar uma estratégia de *marketing* para atender a um público (nicho) específico. Em 1995, foi o Banco Francês e Brasileiro, do qual herdou a marca *Personnalité* – que funciona como uma unidade de *private banking*. Em 1998, a compra do Banco Del Buen Ayre, incorporado ao Itaú Argentina, atual Itaú Buen Ayre, reforçou a atuação do Itaú Holding Financeira no Mercosul.

Em dezembro de 2002, houve a aquisição de 96 por cento do antigo Banco BBA-Creditanstalt (que tinha, como sócio minoritário, um grupo austríaco) por 3,3 bilhões de reais, liquidada financeiramente em fevereiro de 2003 - levando junto os 7 bilhões de reais de ativos da financeira Fináustria. A maior parte do "prêmio" (ou "ágio", ou "sobrepço" sobre o valor patrimonial) pago na aquisição foi exatamente pela Finaustria, já que o prêmio num banco de atacado é pequeno, porque este não tem agências, clientes cativos e marcas fortes. Mais precisamente, o preço pago pela Fináustria foi de três vezes o seu patrimônio líquido, cerca de 650 milhões de reais. Pelo banco de atacado, foi de 1,3 vezes o seu patrimônio líquido, ou cerca de 1,85 bilhões de reais. A tesouraria custou pouco mais de 100 milhões de reais. O novo Itaú BBA opera com alguma independência do Banco Itaú.

Como resultado da aquisição das atividades brasileiras de *private banking* do centenário grupo britânico Lloyds TSB no segundo semestre de 2001, e do canadense Banco Brascan no primeiro semestre de 2002, os clientes pessoa física do Lloyds TSB e do Banco Brascan são agora atendidos pelo Itaú Private Bank.

Em março de 2003, em outra ação estratégica de marketing para atender a um público (nicho) específico, a holding Itausa fez a aquisição de 99,99 por cento do capital do Banco Fiat. A compra foi realizada por intermédio do Banco Itaú junto à Fiat e custou 897 milhões de reais, valor que representa um ágio ("prêmio") de 462 milhões de reais ou 1,06 vezes o

valor do patrimônio líquido da instituição. A operação incluiu outros elementos de planejamento estratégico e de *marketing*, como a exclusividade de 10 anos no Brasil para a realização dos financiamentos e *leasing* de veículos novos em todas as promoções organizadas pela montadora Fiat e na comercialização de quotas do consórcio com a marca Fiat, para consumidores finais. A associação também permitirá que o Itaú forneça serviços financeiros aos atuais e futuros clientes do Banco Fiat e à sua rede de concessionárias para a contratação de financiamentos de veículos, além de utilizar marca Fiat nesse tipo de operação.

Até o ano de 2003, o Banco Itaú S.A. controlava todas as operações brasileiras do Grupo Itaúsa na área financeira. Visando uma melhor organização do conglomerado, em novembro de 2002 teve início uma reforma societária, que passaria o controle acionário para o Banco Itaú Holding Financeira. Assim, o Banco Itaú passou a ser uma subsidiária do Itaú Holding, que controla também o Itaú BBA e Itaucred.

No ano de 2004, foi criada a financeira Taií (controlada pela Itaucred), oferecendo serviços de crédito a pessoas e baixa renda e atuando junto a grandes grupos varejistas (CBD e Americanas), com operações de cartões de crédito. O negócio foi descontinuado em 2009 face à reorganização do negócio de crédito ao consumo.

Em linha com a estratégia de expansão do crédito, desde 2004, o Itaú reforçou sua atuação na área de crédito ao consumidor por meio de várias iniciativas, entre as quais está a Financeira Itaú CDB (FIC). A operação iniciou-se em abril de 2005, em lojas Pão de Açúcar, Extra, Extra Eletro, CompreBem e Sendas. A parceira prevê a oferta de produtos e serviços financeiros aos clientes destes varejistas.

A parceria está programada para durar 20 anos, mas esse prazo poderá ser prorrogado, dependendo dos resultados. O capital inicial da financeira foi de 150 milhões de reais, sendo cada sócio responsável por 75 milhões de reais. Mas o investimento total do Grupo Itaúsa somará 455 milhões de reais, se for incluso o valor do ágio de 380 milhões de reais a ser pago pelo Itaú ao CBD-Pão de Açúcar em até cinco anos, após o cumprimento das metas definidas para a nova empresa.

Em dezembro de 2004, o Itaú e o Banco BMG, de Minas Gerais, instituição de médio porte que compõe um grupo empresarial da família Pentagna Guimarães fecharam uma parceria para a cessão de créditos da carteira de empréstimo consignado a pessoas físicas. O acordo previa uma liberação mínima de 1,5 bilhão de reais para clientes do Banco BMG num prazo de 36 meses.

Em março de 2005, Banco Itaú e as Lojas Americanas S.A. ("LASA") anunciam associação com o objetivo da criação de nova instituição financeira. A nova sociedade

adquiriu a promotora de vendas das Lojas Americanas, a Facilita Serviços e Propaganda S.A. (“Facilita”), e sua estratégia é permitir a ampliação e aprimoramento da atual oferta de serviços e produtos financeiros no nicho representado pelos clientes das Lojas Americanas, tais como: Cartões Private Label, cartões de crédito com bandeiras de ampla aceitação; crédito direto ao consumidor, empréstimo pessoal, seguros, garantia estendida e outros, notadamente nas classes sociais C e D. A partir de abril de 2006, a marca da financeira Taií também foi colocada no negócio com as Lojas Americanas. Com pouco mais de um ano de existência, a Taií já possuía ao final de 2006 cerca de 4,5 milhões de clientes e 693 pontos de venda, dos quais 154 eram próprios e o restante instalado em áreas da rede CBD, como o Pão de Açúcar, e das Lojas Americanas.

Em maio de 2006, o Grupo Itaúsa comprou, por 2,2 bilhões de dólares estadunidenses, as operações do BankBoston (subsidiário do Bank of America no Brasil, com opção para adquirir as operações do Chile e Uruguai). Os 203 mil correntistas do BankBoston do Brasil serão integrados ao Itaú Personalité. O negócio foi efetivado com o pagamento por meio de 68,5 milhões de ações preferenciais do banco. A transação, avaliada em 4,5 bilhões de reais (2,173 bilhões de dólares estadunidenses), dará ao Bank of America (BofA), controlador do BankBoston, participação de 5,8 por cento no capital total do Itaú. A clientela foi incorporada ao Itaú Personalité.

O grupo Itaúsa ainda exerceu, no terceiro trimestre de 2006, a opção de adquirir as unidades do BankBoston no Chile e no Uruguai e outros ativos relacionados a clientes da América Latina - inclusive a unidade de Private Banking de Miami. Exercida a opção, a participação do grupo BofA no Banco Itaú subiu para cerca de 7,8 por cento. O valor do negócio com esses ativos na América do Sul (1,5 bilhão de reais - 700 milhões de dólares estadunidenses na época), elevou o montante total do negócio para 6 bilhões de reais (cerca de 2,9 bilhões de dólares estadunidenses, ao câmbio médio do período).

No quarto trimestre de 2006, foi vez de ser fechada a compra do Private Banking do BankBoston, que pertenciam ao Bank of America Corporation, por 155 milhões de dólares estadunidenses. Com a operação, o Itaú agregou 5,5 mil clientes, 200 funcionários especializados e 3,666 bilhões de dólares estadunidenses em ativos, dobrando a carteira de *private banking* no exterior. A operação será paga em dinheiro. O valor de 155 milhões de dólares estadunidenses incluiu parcela de 100 milhões de dólares estadunidenses do patrimônio líquido de duas empresas.

A maior delas foi o BankBoston International, banco com sede em Miami, exclusivo para não residentes, com 2,541 bilhões de dólares estadunidenses em ativos; e o BankBoston

Trust Company Limited, com sede em Nassau, capital das Bahamas, com 1,125 bilhão de dólares estadunidenses em ativos. Os bancos foram comprados pela subsidiária europeia da *holding* do Itaú, a Itaúsa – Investimentos Itaú S.A., o Banco Itaú Europa (BIE), sediado em Portugal, e sua subsidiária, Banco Itaú Europa Luxembourg. O Itaú Private Bank já tem um montante superior a 90 bilhões de dólares estadunidenses em ativos sob gestão.

Em 3 de novembro de 2008, foi anunciada a fusão das operações financeiras entre o banco Itaú e o Unibanco, o que levou a empresa à posição da maior instituição bancária do Brasil e o maior conglomerado financeiro do hemisfério sul. A fusão da Itaú Holding Financeira S.A. (controlada pela Itaúsa) com a Unibanco Holdings S.A. resultou na Itaú Unibanco Holding S.A. e tomou o lugar de 17ª maior empresa em capitalização de mercado do mundo, com um total de ativos combinado de mais de 575 bilhões de reais, 4,8 mil agências e 14,5 milhões de correntistas. O Unibanco (União de Bancos Brasileiros S.A.) foi absorvido pelo Banco Itaú S.A.

Apesar de ser recente, a história permanece a mesma, com fusões e aquisições. Assim como o Banco Central de Crédito adquiriu o Banco Itaú América e usou a marca deste último, o mesmo ocorreu com o Unibanco, que passou a fazer parte de uma mesma história.

Em 9 de maio de 2013, o Itaú fechou a compra da Credicard, a mais antiga e conhecida emissora de cartões do país, por quase R\$ 3 bilhões. Em 29 de janeiro de 2014 foi anunciada a fusão das operações do banco Itaú Chile com o banco CorpBanca, também chileno, dando origem ao Itaú CorpBanca. Após a conclusão da fusão, o Itaú passará da 7ª para a 4ª colocação, entre os maiores bancos chilenos. A marca da nova instituição será Itaú-Unibanco e o controle ficará nas mãos da instituição brasileira.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1. IDENTIFICAÇÃO DE DADOS: PERFIL DOS RESPONDENTES

Da análise dos dados coletados, foi possível perceber um perfil dos funcionários que fazem parte da agência do setor financeiro em estudo, sendo estes os participantes da pesquisa. Quanto ao cargo ocupado, 100% dos participantes da pesquisa pertencem à área comercial da empresa. No que se refere à faixa etária, os respondentes estão na faixa de 25 a 40 anos de idade.

Quanto ao gênero, de acordo com os dados, 66% dos funcionários são do sexo

masculino, e 34 % do feminino, incluso na estatística, uma estagiária. No que diz respeito ao estado civil, 50 % dos respondentes são casados e igual percentual declarou estado civil solteiro.

5.2 PESQUISA SOBRE QVT NA PERCEPÇÃO DOS FUNCIONÁRIOS

5.2.1 Transcrição dos Depoimentos

Para identificar a QVT na percepção dos colaboradores da organização objeto de estudo, foi aplicada uma enquete para conhecer as expectativas dos funcionários do Itaú-Unibanco para melhorar a Qualidade de Vida no Trabalho de seus colaboradores da agência 8210?

Os resultados obtidos na enquete encontram-se transcritos na íntegra, através dos seguintes depoimentos:

Depoimento n° 01: “Primeiramente, algo primordial a ser feito deveria ser a contratação de novos funcionários para poder completar o real quadro de empregados da agência, pois em um cenário que deveria ser de 04 (quatro) funcionários trabalhando em um determinado segmento da agência, por exemplo, muitas vezes, se resume apenas a 01 (um) funcionário, e conseqüentemente, isso gera sobrecarga de tarefas para o funcionário, acúmulo de funções a serem exercidas, pressão para a obtenção de metas inalcançáveis e muito estresse aos colaboradores. Outros dois pontos seriam a diminuição das metas, pois são muito difíceis de serem atingidas, e a utilização de métodos de controle de filas e senhas no atendimento comercial ao público, o que geraria mais organização no atendimento e um maior conforto para o funcionário, pois grande parte do horário de atendimento é extremamente tumultuado e bagunçado, deixando os trabalhadores exaustivamente cansados ao final do dia (sabemos que o banco não faz isso para não ser autuado pelos órgãos de defesa do consumidor, pois como não existem funcionários suficientes dentro da agência, é constante o não cumprimento dos serviços realizados no tempo de espera estipulado pelos órgãos fiscais controladores). Também poderiam ser disponibilizados programas de treinamento e de uma maior interação social entre os próprios funcionários da agência, como brindes compensatórios pela conquista de resultados, através de confraternizações que promovessem uma maior união entre os mesmos, bem como serem enfatizados programas que estimulem uma maior conciliação entre a vida pessoal e profissional do trabalhador”.

Depoimento n° 02: “Algo que mais precisamos são metas adequadas à realidade, uma forma de realizar a satisfação dos clientes se houver o tão temido empurrar. Uma área de descanso e encontro dos funcionários, com isso podemos relaxar e descarregar as energias do dia a dia, um trabalho de alongamento com fisioterapeuta orientando e melhorando postura, evitando assim futuros afastamentos por doenças”.

Depoimento n° 03: “Entendo que o ambiente na agência 8210 é o mais adequado diante dos desafios que o mundo corporativo nos apresenta, nela encontramos colegas dispostos a ajudar e a somar esforços, e este ambiente proporciona que tenhamos forças para juntos buscarmos os resultados. A única questão que atribuo não ser benéfica é a questão da dificuldade para estacionarmos os nossos carros, por estar localizada no centro de João Pessoa, este é um fator muito prejudicial, a dificuldade para estacionar causa muito desconforto aos funcionários. Sabe-se que as metas e os desafios fazem parte do dia-a-dia nas empresas e que neste ambiente colaborativo apesar de serem desafiadoras, buscamos alcançar dentro do ambiente mais leve”.

Depoimento n° 04: “Na minha opinião, serve para todas agências e o banco em geral, poderia ter na área operacional um tempo maior de descanso na hora do almoço, podendo em alguns momentos ter uns minutos de repouso, uma sala para descanso com objetos ou espaço de ginastica laboral e relaxamento. O banco deveria investir em cursos anuais de liderança motivacional, alto impacto, desenvolvimento pessoal e coaching, com equipes especializadas na área, em outras cidades, para que os colaboradores interagissem com outros e motivassem mais ainda. Poderia também ter reconhecimentos promocionais não somente para os lideres e também para a equipe toda”.

Depoimento n° 06: “Uma melhor preocupação com a vida pessoal do colaborador refletiria em um melhor desempenho profissional, pois o mesmo vive num cenário de incertezas e de extrema cobrança. Com tão pouco se consegue maximizar resultados mais satisfatório para as duas partes”.

Depoimento n° 07: “Não tenho muito a reclamar quanto a qualidade de vida que o Itaú-Unibanco oferece, talvez apenas poderia sugerir um aumento no quadro de funcionários que não permitiria desenvolver nosso trabalho de forma mais eficiente, trabalhando melhor todas os itens que são cobrados como meta”.

Depoimento n° 08: “Desde que comecei a trabalhar na agência que o que mais me incomoda são as metas. Já trabalhei em dois outros locais com isso, mas considero que estas são muito difíceis de atingir. Isso por vários motivos e um deles porque não são oferecidas as condições adequadas à sua obtenção”.

Depoimento n° 09: “Eu gosto muito da condução do trabalho como um todo, mas se pudesse mudar eu diria que precisa rever as metas e a qualificação dos funcionários”.

Depoimento n° 10: “Para qualquer funcionário o local de trabalho é nossa segunda casa e eu acho que para bater essas metas que a agência exige, sem entrosamento de toda a equipe, sem incentivo fica complicado. Bastaria rever isso e transformar algumas relações como momentos de interação com os demais setores e cursos de aperfeiçoamento que poderiam ser ministrados dentro da própria agenda”.

Depoimento n° 11: “O banco tinha tudo para oferecer as condições ideais, mas não acho o programa de metas bem estruturado, ele é cobrado aleatoriamente sem uma contrapartida, a exemplo de treinamentos e programas de estímulo à produção do funcionário”.

5.2.2 Análise dos Depoimentos

Através dos depoimentos coletados com os funcionários foram observados os seguintes aspectos: a necessidade de reduzir ou redistribuir as metas, implementar um plano de qualificação, saúde e lazer e melhorar as condições do ambiente de trabalho.

Dentro do cenário, identifica-se a importância da QVT como forma de melhorar a produtividade, melhorando alguns aspectos desgastantes no ambiente e nas relações de trabalho de determinada empresa ou organização. Na perspectiva da QVT o capital interno, ou seja, os funcionários são tão importantes quanto os clientes externos que são atendidos por eles. Para atuarem bem e representarem a organização, eles devem estar capacitados e motivados.

Para Rodrigues (2011, p.83), “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”. Não há dúvida de que, cuidando para que a remuneração seja justa, tornando seu ambiente físico, psicológico e social mais saudável, e implantando uma política de benefícios sociais, criar-se-á condições para que o sistema racional funcione.

Entre alguns dos itens citados pelos entrevistados o que mais chamou atenção foi a necessidade de contratação de novos funcionários e pressão por metas consideradas difíceis de serem alcançadas.

O aspecto mais citado pelos entrevistados foi Ambiente de trabalho, onde as principais queixas eram em relação à falta de ventilação e espaço físico, denotando péssimas condições de trabalho, tornando o desempenho de suas atividades ainda mais desgastante.

Segundo Drucker (1997, p. 47) “Quando a empresa traça objetivos e metas, e busca alcançá-los, ela tem claramente definido do porque ela existe, o que e como faz, e onde quer chegar”.

Depois, os funcionários apresentaram demandas sobre a realização de treinamentos e cursos de capacitação.

“O propósito do treinamento é aumentar a produtividade dos indivíduos em seus cargos influenciando seus comportamentos” (CHIAVENATO, 2008, p. 339).

O futuro é muito promissor para aqueles que se reciclam, pois a velocidade das informações nos dias atuais exige profissional ágil atento às mudanças. Os clientes têm mudado suas necessidades, criando a expectativa de que as empresas precisam prover melhor qualidade, com melhores serviços e com garantia de responsabilidade social (CHIAVENATO, 2008).

O terceiro aspecto mais citado foi a falta de interação social entre os funcionários, através da realização de confraternizações.

Outro item destacado pelos funcionários trata da ausência de um espaço de relaxamento ou descanso no horário de almoço, além da necessidade da existência de ginástica laboral na empresa.

Um dos principais objetivos que a GL traz para os funcionários é uma mudança da qualidade de vida e lazer. A atividade é realizada de uma maneira bem criativa que chama a atenção dos funcionários para descontraí-los. O mais importante, é a prevenção de doenças, pois o trabalho de sempre pode acumular dores musculares, estresse, e prejudicar a vida do trabalhador (MENDES & LEITE, 2004).

Diante da demanda é pertinente citar ainda Lima (2003, p. 7-8): A ginástica laboral é o meio de valorizar e incentivar a prática de atividades físicas como instrumento de promoção da saúde e do desempenho profissional. Assim, a partir da diminuição do sedentarismo, do

controle do estresse e da melhoria da qualidade de vida, o aumento da performance profissional, pessoal e social ocorrerá naturalmente.

Por último, outro aspecto citado na enquete diz respeito a necessidade da existência de um programa de incentivo, com brindes e outros estímulos.

Após a descrição e análise do exposto, observa-se que a Agência 8210 do Banco Itaú precisa adotar com urgência um programa de Qualidade de Vida no Trabalho (QVT), com o objetivo de aparar algumas arestas que podem estar servindo de empecilhos para o aumento da produtividade e insatisfação dos funcionários.

Alguns itens elencados são prejudiciais para as relações de trabalho e os resultados da agência, a exemplo de um possível exagero na cobrança de metas, sem que esteja sendo oferecidas as condições adequadas para a concretização dos objetivos.

Na maior parte dos relatos há insatisfação em relação a pressão, cansaço e necessidade de medidas organizacionais e administrativas, além de físicas para o desempenho das funções e bem-estar dos funcionários. A necessidade de uma sala para repouso e prática de atividades laborais corrobora com o problema do cansaço e do estresse destacado na pesquisa. Contudo, percebe-se que estas mudanças não demandariam tantos esforços e alguns podem ser feitos com ajustes pequenos e sem causar custos extras.

Um dos respondentes citou isoladamente como problema – aliás, o único considerado por ele – a falta de estacionamento próprio da agência, o que percebe-se também ser de razoável resolução

Apenas no relato em que é citada a necessidade de contratação de novos funcionários para o atendimento das metas é que se chama atenção para uma avaliação da própria empresa, sobre a necessidade factível destas contratações.

Noutros aspectos, os funcionários respondentes da enquete só demandam o que a empresa já deveria estar oferecendo: capacitação, programas de qualificação profissional e de incentivos, através de premiações e outros estímulos à produtividade.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o objetivo de identificar a percepção dos funcionários da Agência 8210 do Banco Itaú-Unibanco, para os problemas e principalmente soluções que devem ser adotados para a implantação de um programa efetivo de Qualidade de Vida no Trabalho (QVT), aplicamos uma enquete na qual, onze (11) funcionários expuseram formas de melhorar as condições de trabalho, através de sugestões que podem amenizar suas queixas.

Após a coleta dos depoimentos concedidos à enquete, entre 11 funcionários do setor comercial da agência, a maioria do sexo masculino e estado civil solteiro, na faixa etária de 25 a 40 anos, a análise de dados passou a ser formatada através da prevalência das queixas e /ou sugestões dos entrevistados. Dentro desta realidade percebe-se que a Qualidade de Vida no Trabalho é um aspecto imprescindível à saúde de uma organização empresarial e negligenciar adoções elementares de suas práticas pode desencadear prejuízos aos funcionários, clientes e por consequência, à instituição empresarial.

Para a efetivação dos objetivos da organização através do engajamento e da união de todos os seus participantes. Para isso é preciso que haja organização satisfatória, ambiente adequado, material humano suficiente e condições que propiciem o bem-estar e incentivem o aumento da produtividade.

Nos relatos dos respondentes à enquete ficam claros os motivos das insatisfações e problemas que podem estar ocasionando problemas no desempenho individual e / ou da agência bancária objeto de estudo.

Para Thompson (2000, p.12) “a estratégia da empresa é composta pelo conjunto de mudanças competitivas e abordagens comerciais que os administradores executam para atingir o melhor desempenho da empresa”.

Para obter soluções que consigam adequar as necessidades da empresa às necessidades dos funcionários pode-se elencar os seguintes itens abaixo, todos direcionados à qualidade de vida e produtividade:

- ✓ A empresa deve realizar um estudo em relação ao número de funcionários para saber se é estritamente necessária a contratação de novos quadros e caso o diagnóstico seja nesta direção, consultar o departamento de Recursos Humanos para saber dessa viabilidade.
- ✓ A empresa deve fazer uma avaliação das funções e tarefas atribuídas a cada um dos colaboradores do setor comercial, para tentar reordenar alguns papéis de forma a ajustar as potencialidades com as ações a serem executadas.
- ✓ A cobrança por metas deve ser realizada através de programas de incentivos à sua execução, sem que seja imposta pressão psicológica ou física aos funcionários.
- ✓ A viabilidade de um espaço para descanso e realização de atividades de ginástica laboral poderá gerar um clima de maior bem estar e disposição que refletirá na vida pessoal e profissional do funcionário.

- ✓ Uma forma interessante de motivar o funcionário pode ser a promoção de encontros externos, com realização de torneios ou confraternizações em lugares que ficarão à critério da empresa.
- ✓ A realização de cursos e treinamentos internos ou externos nas mais variadas áreas da administração, que sejam relacionadas à motivação, liderança e produtividade, além de cursos de aperfeiçoamento de habilidades necessárias à otimização das tarefas do dia a dia, também deverá ser adotada.

O ideal é que o programa de QVT atinja todos os aspectos relacionados à satisfação dos funcionários. Por fim, a gerência ou o líder mais próximo tem a responsabilidade de criar um ambiente onde as pessoas possam se sentir valorizado e estimulado.

ABSTRACT

The work has throughout history, linked meanings of charge to physical and mental strain, which boosted the mobilization of workers to fight for better working conditions. In the 1950s, it came the movement for the Quality of Life at Work, whose goal was to minimize the negative effects of employment. By adopting some practices, QVT intends to boost productivity with actions that encourage the employee and ensure their welfare. In this context, the present study aimed to analyze the perception of the employees of a bank branch on the QVT in a bank branch Itaú-Unibanco em João Pessoa-PB. The methodology used was a descriptive, field, literature, characterized as a case study of qualitative and quantitative. As the analysis of the results it became clear that the Itaú-Unibanco must adopt training programs, integration of the agency's employees, incentives and review the collection targets.

Keywords: Job. Incentive. Productivity. Quality of life at work.

REFERÊNCIAS

AQUINO, C. P. **Administração de recursos humanos: uma introdução**. São Paulo: Atlas, 1979.

BANCO ITAÚ UNIBANCO. Disponível em: < <https://www.itaubr.com.br/sobre/> > Acesso em: 21 de abril de 2016.

BARROS, Aidil Jesus da Silveira; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 3.ed. São Paulo: Prentice-Hall, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

DAVIS, K. e NEWSTROM, J. W. **Comportamento humano no trabalho – Uma abordagem psicológica**. São Paulo: Pioneira, 1992.

DRUCKER, Peter. **Administração de Organizações sem Fins Lucrativos: Princípios e práticas**. 4a ed. São Paulo, Pioneira: 1997.

FERNANDES, Eda Conte. **Qualidade de vida no trabalho: como medir para melhorar**. 2. ed. Salvador: Casa da Qualidade Editora Ltda, 1996.

GOLDENBERG, M.; (1997); **A arte de pesquisar – como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais**. São Paulo: Editora Record.

GOMES, J. F. **Comportamento organizacional**. REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS. v. 27, n.2, p.30-35, abr/jun., 1987.

GONÇALVEZ, E. L. **A empresa e a saúde do trabalhador**. São Paulo: Pioneira, 1988.

HOFFMANN, Maria Aparecida Stocker. **QVT: a proposta do Banco do Brasil e a percepção dos funcionários**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Cascavel, 2007.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

LIMA, Deise Guadalupe de. **Ginástica laboral: metodologia de implantação de programas com abordagem da sociedade pós-industrial**. São Paulo: Atlas, 2003.

LOBOS, J. **Comportamento organizacional: Leituras selecionadas**. São Paulo: Atlas, 1978.

MATOS, F. G. Fator QF – **Ciclo de felicidade no trabalho**. São Paulo: Makron Books, 2002.

MENDES, A. R. LEITE, N. L. **Ginástica laboral: princípios e aplicações práticas**. Barueri, SP: Manole, 2004.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 29. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010. (Coleção temas sociais).

OAPCE, **Uma nova visão para qualidade de vida: Qualidade de vida no trabalho**. Disponível em: <http://www.oapce.com.br/> acesso em 13 de abril de 2009.

PAIVA JÚNIOR, Fernando Gomes de; LEÃO, André Luiz Maranhão de Souza; MELLO, Sérgio Carvalho Benício de. Validade e confiabilidade na pesquisa qualitativa em administração DOI: 10.5007/2175-8077.2011v13n31p190. **Revista de Ciências da Administração**, Florianópolis, p. 190-209, dez. 2011. ISSN 2175-8077. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/14719>>. Acesso em: 01 abr. 2016. doi:<http://dx.doi.org/10.5007/2175-8077.2011v13n31p190>.

PITON, Cristina. **Qualidade de vida, o futuro é daqui a pouco**. Disponível em: http://www.rh.com.br/Portal/Qualidade_de_Vida/Artigo/5933/o-futuro-e-daqui-a-pouco.html. Acesso em 21 de março de 2016.

RICHARDSON, Jarry Roberto. **Pesquisa Qualitativa.** Disponível em <http://jarry.sites.uol.com.br/> Acesso em 28 de março de 2016.

RODRIGUES, Marcus Vinicius Carvalho. **Qualidade de vida no trabalho – Evolução e Análise no nível gerencial.** Rio de Janeiro: Vozes, 2011.

SILVA, E. L. & MENEZES, E. M. (2000) - **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação.** LED/UFSC. Florianópolis.

THOMPSON, John B. **Ideologia e Cultura Moderna-Teoria Social na era dos meios de comunicação de massa.** Rio de Janeiro: Vozes Editora, 1995.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração.** 12. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

WEISS, D. **Motivação e resultado – Como obter o melhor de sua equipe.** São Paulo: Nobel, 1991.