

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMI-ÁRIDO
PRÓ-REITORIA DE GRADUAÇÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS E HUMANAS - CCSAH
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - DCSA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

TASSIANA MORAES ARAÚJO

**QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO (QVT): PERCEPÇÃO DOS
FUNCIONÁRIOS DE UMA EMPRESA DE CALL CENTER EM MOSSORÓ/RN**

MOSSORÓ

2018

TASSIANA MORAES ARAÚJO

**QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO (QVT): PERCEPÇÃO DOS
FUNCIONÁRIOS DE UMA EMPRESA DE CALL CENTER EM MOSSORÓ/RN**

Monografia apresentada a Universidade Federal Rural do Semi-Árido como requisito para obtenção do título de Bacharel em ADMINISTRAÇÃO.

Orientador: Agostinha Mafalda Barra de Oliveira, Profa. Dra.

MOSSORÓ

2018

© Todos os direitos estão reservados a Universidade Federal Rural do Semi-Árido. O conteúdo desta obra é de inteira responsabilidade do (a) autor (a), sendo o mesmo, passível de sanções administrativas ou penais, caso sejam infringidas as leis que regulamentam a Propriedade Intelectual, respectivamente, Patentes: Lei nº 9.279/1996 e Direitos Autorais: Lei nº 9.610/1998. O conteúdo desta obra tomar-se-á de domínio público após a data de defesa e homologação da sua respectiva ata. A mesma poderá servir de base literária para novas pesquisas, desde que a obra e seu (a) respectivo (a) autor (a) sejam devidamente citados e mencionados os seus créditos bibliográficos.

A658q Araújo, Tassiana Moraes. Qualidade de Vida no Trabalho (QVT): percepção dos funcionários de uma empresa de call center em Mossoró/RN / Tassiana Moraes Araújo. - 2018.
61 f. : il.

Orientadora: Agostinha Barra Mafalda.
Monografia (graduação) - Universidade Federal Rural do Semi-árido, Curso de Administração, 2018.

1. Qualidade de Vida no Trabalho. 2. Organizações. 3. Atendentes. 4. Call Center. 5. QVT. I. Mafalda, Agostinha Barra, orient. II. Título.

O serviço de Geração Automática de Ficha Catalográfica para Trabalhos de Conclusão de Curso (TCC's) foi desenvolvido pelo Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação da Universidade de São Paulo (USP) e gentilmente cedido para o Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal Rural do Semi-Árido (SISBI-UFERSA), sendo customizado pela Superintendência de Tecnologia da Informação e Comunicação (SUTIC) sob orientação dos bibliotecários da instituição para ser adaptado às necessidades dos alunos dos Cursos de Graduação e Programas de Pós-Graduação da Universidade.

TASSIANA MORAES ARAÚJO

**QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO (QVT): PERCEPÇÃO DOS
FUNCIONÁRIOS DE UMA EMPRESA DE CALL CENTER EM MOSSORÓ/RN**

Monografia apresentada a Universidade
Federal Rural do Semi-Árido como requisito
para obtenção do título de Bacharel em
ADMINISTRAÇÃO.

Defendida em: 10 / 08 / 2 018.

BANCA EXAMINADORA

Agostinha mafalda
Agostinha Mafalda Barra de Oliveira, Profa. Dra. (UFERSA)
Presidente

Elisabete Stradiotto Siqueira
Elisabete Stradiotto Siqueira, Profa. Dra. (UFERSA)
Membro Examinador

Luciana Holanda Nepomuceno
Luciana Holanda Nepomuceno, Profa. Dra. (UFERSA)
Membro Examinador

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus que permitiu que tudo acontecesse ao longo da minha vida, por nunca ter deixado que me faltasse fé e foco para concluir esse ciclo. Por ter me dado sabedoria e força necessária em todos os momentos, mas principalmente naqueles mais difíceis que passei ao longo da graduação, sem Ele eu nunca conseguiria. É o maior mestre que alguém pode conhecer.

Agradeço a minha avó Josefa e ao meu pai, minha fonte de motivação, foi olhando para vocês que eu aprendi a lutar.

Aos meus amigos, e esses precisam ser especialmente homenageados, por terem me abraçado durante as vezes que desabei, por terem me apoiado nas decisões, por serem abrigo e acolher, por milhares de vezes, uma estudante a mais de 500 km longe da família, me fazendo ter os melhores sentimentos, sem espaço para desmotivar com a saudade. Agradeço muito por terem me dado motivos para não ir embora. Sem vocês eu me perderia: Andreza, Diana, Isabelle, Rhuan, Juan, Arthur, Leonardo, Marlyson e Matheus.

Agradeço a minha orientadora Prof^a Dr^a Agostinha Mafalda, pelo suporte no pouco tempo que lhe coube, pelo conhecimento compartilhado, pelas suas correções e orientações, pelo incentivo a cada encontro, por cada ensinamento, mas principalmente por ter me feito me envolver cada vez mais neste trabalho.

Grata a Banca Examinadora Prof^a Dr^a Elisabete Stradiotto e Prof^a Dr^a Luciana Nepomuceno, pela disponibilidade. Aproveito para agradecer também por me proporcionarem o conhecimento, não apenas em sala de aula, mas em projetos que ambas me deram oportunidade de participar, contribuindo no processo da minha formação profissional.

Agradeço a todos que passaram na minha vida durante esses 4 anos e meio aqui na cidade de Mossoró-RN, muitos anjos que chamo de amigos, que são parceiros de alma. Sem deixar de mencionar as minhas amigas fiéis da graduação: Ianca, Patrícia e Karine, que fizeram a caminhada ser mais leve.

A todos, meu muito obrigada!

Mantenha-se faminto por coisas novas, mantenha-se certo de sua ignorância. Continue ávido por aprender, continue ingênuo e humilde por procurar. Tenha fome de vida, sede de descobrir. *Stay hungry, stay foolish* – continue faminto, continue tolo.

Steve Jobs

RESUMO

A Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) tem ganhado cada vez mais importância entre estudos e, principalmente, no âmbito organizacional. No âmbito privado, as organizações tem refletido acerca do seu trabalhador, levando em consideração que a percepção dos seus trabalhadores sobre os seus gestores, a execução da sua atividade e da empresa em qual fazem parte, podem influenciar em seus resultados. Nesse sentido, este estudo buscou analisar a percepção sobre a QVT de atendentes de uma empresa privada, no setor de *call center*, localizada na cidade de Mossoró – RN. Para isso, foram entrevistados 261 atendentes, com os mais variados perfis, com a finalidade de analisar quais os fatores do perfil do atendente de *call center* podem influenciar na percepção sobre a QVT na empresa estudada. A técnica utilizada para a coleta de dados foi o questionário, que foi dividido em duas partes, que permitia conhecer o perfil do respondente e analisar as pontuações sobre as dimensões baseadas no modelo de Walton. Os dados obtidos foram tabulados e analisados no programa SPSS, em seguida comparados as respostas de grupos, de acordo com o teste t. Assim, foi possível concluir que os fatores que influenciam na percepção do atendente da empresa estudada, são a idade, a escolaridade e o tempo de trabalho.

Palavras-chave: Qualidade de Vida no Trabalho, Organizações, Atendentes, *Call Center*

ABSTRACT

The Quality of Life at Work (QVT) has gained increasing importance between studies and, mainly, in the organizational scope. In the private sphere, organizations have reflected on their worker, taking into account that the perception of their workers about their managers, the execution of their activity and the company in which they are part, can influence their results. In this sense, this study sought to analyze the perception about the QVT of employees of a private company, in the call center sector, located in the city of Mossoró - RN. For this, 261 attendants were interviewed, with the most varied profiles, with the purpose of analyzing which factors of the profile of the call center attendant can influence the perception about the QVT in the company studied. The technique used to collect data was the questionnaire, which was divided into two parts, which allowed to know the profile of the respondent and analyze the scores on dimensions based on the Walton model. The data were tabulated and analyzed in the SPSS program, followed by group responses, according to the t test. Thus, it was possible to conclude that the factors that influence the perception of the attendant of the company studied are age, schooling and working time.

Keywords: Quality of Life at Work, Organizations, Attendants, Call Center

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Modelo de resposta do instrumento utilizado	71
--	----

LISTA DE SIGLAS

CCQ	Círculos de Controle de Qualidade
CUT	Central Única dos Trabalhadores
DSST	Departamento de Segurança e Saúde no Trabalho
JIT	<i>Just in time</i>
QVT	Qualidade de Vida no Trabalho
TQC	Controle da Qualidade Total

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Médias das dimensões de QVT	75
Tabela 2 - Resultado da análise do teste t para as comparações entre gêneros	79
Tabela 3 – Resultado da análise do teste t para a comparação entre idades.....	80
Tabela 4 - Resultado da análise do teste t para a comparação entre grupos com escolaridade diferentes	81
Tabela 5 - Resultado da análise do teste t usando como referência a condição de possuir filhos	81
Tabela 6 - Resultado da análise do teste t comparando os grupos pelo estado civil	82
Tabela 7 - Resultado da análise do teste t comparando os grupos com tempo de trabalho diferentes	83

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	48
1.2 Objetivos da pesquisa.....	50
1.2.1 Objetivo Geral	50
1.2.2 Objetivos Específicos	50
1.3 Justificativa teórica e prática.....	51
1.4 Estrutura do trabalho	51
2 REFERENCIAL TEÓRICO	53
2.1 Qualidade de Vida no Trabalho (QVT).....	53
2.1.1 Origem e Contextualização	53
2.1.2 Conceitos de QVT	54
2.2 Modelo de QVT proposto por Walton.....	56
2.3 QVT nas Organizações.....	58
2.4 Call Center	60
2.5 Fatores determinantes para a percepção sobre a QVT	65
2.5.1 Idade	65
2.5.2 Escolaridade.....	65
2.5.3 Gênero	66
2.5.4 Estado civil	67
2.5.5 Tempo de trabalho	67
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	68
3.1 Tipo de Pesquisa	68
3.2 Universo e amostra de estudo	69
3.3 Instrumento de coleta de dados.....	69
3.4 Métodos e coleta de dados.....	72
3.5 Estratégia de análise dos dados	72
4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	74
4.1 Perfil geral dos atendentes pesquisados	74
4.2 Análise de confiabilidade	74
4.3 Análise e mensuração da percepção dos atendentes sobre a QVT na Empresa	75

4.3.1 Condições de trabalho (CT).....	75
4.3.2 Oportunidade de Crescimento e Segurança (OCS)	76
4.3.3 Compensação justa e adequada (CJA).....	76
4.3.4 Constitucionalismo (CONS).....	76
4.3.5 O trabalho e o espaço total de vida (TSTV)	77
4.3.6 Integração social na organização (ISO).....	77
4.3.7 Uso e desenvolvimento de capacidades (UDC)	77
4.3.8 Relevância social da vida no trabalho (RSVT)	77
4.3.9 Questão 22	78
4.4 Análise comparativa da percepção de QVT em relação as variáveis do perfil.....	78
4.4.1 Gênero	79
4.4.2 Idade	79
4.4.3 Escolaridade.....	80
4.4.4 Filhos	81
4.4.5 Estado Civil	82
4.4.6 Tempo de trabalho	82
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	84
5.1 Síntese dos principais resultados.....	84
5.2 Limitações do estudo	86
5.3 Recomendações para estudos futuros.....	87
REFERÊNCIAS	88
ANEXO.....	94

1 INTRODUÇÃO

O perceptível aumento da competitividade organizacional, as exigências do consumidor quanto à qualidade dos produtos e serviços e a atuação direta do fator humano nos processos produtivos têm levado algumas organizações a voltarem a sua atenção não apenas aos resultados, como também ao trabalhador, buscando compreender as suas necessidades e expectativas em relação ao desempenho das suas atividades laborais (ALBUQUERQUE, 2013).

O autor, ainda afirma que, no contexto organizacional de hoje, é visível a busca por melhores resultados através das pessoas. Nesse cenário, elas deixam de serem vistas apenas como meros trabalhadores e também são consideradas parte estratégica da organização.

Pelo exposto, as organizações empresariais que associam o bem estar dos seus funcionários aos seus resultados obtidos, têm-se atentado para o fato de entender a satisfação do trabalhador como peça fundamental no processo de crescimento organizacional e, para isso, tem buscado alcançar alternativas para a criação de um ambiente de trabalho saudável para todos.

Partindo dessas premissas, algumas dessas organizações que antes desconsideravam os valores humanos e ambientais, e que eram voltadas apenas para métodos que favorecessem o seu crescimento, começam a enxergar a importância do indivíduo e passam a se preocupar com a motivação dos seus trabalhadores na execução das suas atividades.

Reafirmando a estratégia das empresas em relação ao bem estar dos seus trabalhadores, Silva (2015) defende que algumas organizações têm reconhecido que o ambiente adequado, dinâmico e saudável reflete no comportamento do trabalhador e na realização das suas tarefas, oferecendo benefícios para a organização.

Desse modo, as organizações que tem interesse em possuir um ambiente de trabalho ainda mais produtivo, tem buscado investir na implantação de tecnologias, melhorias de desempenho e sintonia organizacional. Com essas mudanças, busca-se, não apenas que as organizações consigam aumentar a sua produção, como também tornar seus trabalhadores mais eficazes e obter maior participação e comprometimento de todos para o alcance dos resultados esperados pela organização.

Dessa forma, entende-se que as organizações que visam maior qualidade, tendem a possuírem um ambiente organizacional agradável com pessoas motivadas, comprometidas, com a autoestima elevada, níveis de desempenho satisfatórios e maior eficácia; além da

satisfação de seus clientes, traduz fidelização dos mesmos; por conseguinte, melhores resultados financeiros e uma imagem confiável.

Novas relações de trabalho e tendências foram aparecendo, refletindo na segurança, na saúde e nas expectativas do trabalhador. Novos desafios surgem pela revolução nas relações de produção e nas formas ocupacionais, tais mudanças influenciam cada vez mais o desenvolvimento da preocupação com a Qualidade de Vida no Trabalho (QVT).

De acordo com Albuquerque e Limongi-França (1998), a QVT é um conjunto de ações de uma organização que envolve diagnóstico e implantação de melhorias e inovações gerenciais, tecnológicas e estruturais dentro e fora do ambiente de trabalho, visando propiciar condições plenas de desenvolvimento humano para e durante a realização do trabalho. Assim, o bem estar dos trabalhadores está sendo priorizado pelas organizações, devido ao fato de refletirem diretamente no desempenho das atividades que executam.

Em vistas disso, o bem-estar dos trabalhadores começa a ser visto pelas organizações como fator positivo para os seus resultados. Nesse contexto, Freitas e Souza (2009) analisam que um ambiente organizacional onde há uma gestão dinâmica e contingencial de fatores físicos, sociológicos, psicológicos e tecnológicos da organização do próprio trabalho torna-se saudável e mais propício ao aumento de produtividade.

Albuquerque (2013) conclui e, a QVT é uma abordagem que a cada dia vem ganhando maior importância no âmbito das organizações e também espaços nas discussões no meio acadêmico e empresarial, sendo apontada como um diferencial competitivo no mercado. Percebe-se que esse é um assunto de interesse de diversos segmentos, pois trata de questões diretamente ligadas ao bem-estar das pessoas em diferentes situações.

Em decorrência das transformações do trabalho, da necessidade de estratégias de relacionamento que estreitem as relações organização versus clientes e da competitividade entre as organizações empresariais, uma classe de trabalhadores ganha destaque nesse novo cenário empresarial: os operadores de *telemarketing*. Esses trabalhadores funcionam como pontes para o relacionamento do cliente com a organização, por meio do atendimento telefônico. Nessa perspectiva, o setor de *telemarketing*, também conhecido como *call center* ou *contact center* tem evoluído em face das mudanças comportamentais do cliente, da pressão mercadológica, da necessidade de expansão das vendas de produtos e serviços (AMORMINO, 2011).

De acordo com a Recomendação Técnica (RT) DSST Nº 01/2005 do Ministério do Trabalho e Emprego, os serviços de teleatendimento/ *telemarketing*/ *call center*/ *contact center* impõem, de forma simultânea, trabalho sob grande pressão de tempo, elevado esforço

mental, elevado esforço visual, exigência de grande responsabilidade, rigidez postural, sobrecarga estática de segmentos corporais, avaliação de desempenho por monitoramento eletrônico, gravação e escuta de diálogos, incentivos ou premiação por produção. Esses fatores, que monitoram a execução da atividade do operador, podem resultar em insatisfação e desmotivação por parte do atendente de telemarketing com o seu ambiente de trabalho, comprometendo o seu rendimento e o seu bem-estar [MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO (MET, 2005)].

A realidade descrita acima se concretiza em uma empresa de *call center*, localizada em Mossoró, no Estado do Rio Grande do Norte (RN), cujo nome não foi autorizado a divulgação, onde trataremos como Empresa X, que possui, atualmente, uma média de 2.800 atendentes de *telemarketing*, e que implantou o programa de QVT com a finalidade de melhorar a qualidade de vida de seus trabalhadores, e consequentemente, melhorar também a produtividade desses durante as suas atividades. Surgiu então a necessidade de investigar a percepção da QVT dos atendentes dessa empresa após a implementação do programa. Assim, como problema de pesquisa, tem-se: **Quais os fatores do perfil do atendente de telemarketing, em uma empresa de *call center*, localizada em Mossoró/RN, que podem influenciar na sua percepção da Qualidade de Vida no Trabalho?**

1.2 Objetivos da pesquisa

Com o intuito de demonstrar a percepção aludida na problemática de pesquisa, faz-se necessário que sejam traçados objetivos que venham proporcionar o alcance das metas a que a pesquisa se propõe.

1.2.1 Objetivo Geral

Identificar os fatores do perfil do atendente de telemarketing em uma empresa de *call center*, localizada em Mossoró/RN, que podem influenciar na sua percepção sobre Qualidade de Vida no Trabalho nessa empresa.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar o perfil dos atendentes de *call center*: quanto a idade, gênero, escolaridade, estado civil e tempo de trabalho;

- Identificar a percepção dos atendentes de *call center* da empresa estudada sobre a QVT, baseados nas dimensões adotadas por Walton em seu modelo de QVT;
- Verificar se há diferenças nas percepções dos atendentes de *call center* sobre a QVT, levando em consideração o seu perfil.

1.3 Justificativa teórica e prática

A proposta deste estudo, tendo como foco a QVT, justifica-se pelo crescimento no número de empregos oferecidos para o cargo e a importância de estudos relacionados ao trabalhador no âmbito das organizações. Especificamente, pode-se dizer que o presente estudo é justificado para entender qual a percepção do atendente de *call center* da Empresa X, no que diz respeito aos programas implantados que visam a sua qualidade de vida no trabalho.

Este estudo desenvolvido visou verificar a percepção de QVT dos atendentes de *call center* e se existe alguma relação entre a percepção e o perfil desse trabalhador. A partir desta verificação, o estudo apresenta novos conhecimentos à literatura que trata sobre o tema, bem como motiva a realização de novos estudos que busquem identificar e aprimorar os programas de QVT oferecidos aos atendentes de *call center*.

Os resultados apresentados por este estudo para o meio acadêmico, por apresentar novas informações, para a sociedade que pode tomar maior conhecimento dos problemas enfrentados pelos profissionais da área estudada, ademais para as empresas do setor de *call center*, que poderão utilizar o estudo com a finalidade de desenvolver e/ou aprimorar mecanismos que promovam a mais qualidade de vida a esses trabalhadores. E finalmente, para os próprios atendentes que poderão obter mais informações sobre a sua atividade e a empresa a qual fazem parte.

1.4 Estrutura do trabalho

O presente trabalho está organizado em seções, de forma sequenciada, conforme se observa:

A **primeira seção** é a introdução que caracteriza o objeto de estudo, identifica o campo empírico e apresenta o problema de pesquisa, objetivos da pesquisa, seguidos das justificativas e relevâncias observadas para o desenvolvimento da pesquisa.

A **segunda seção** traz a fundamentação teórica, apresentando a origem, a contextualização e os conceitos de QVT; aborda, também, a QVT nas organizações, o trabalho de atendimento de *call center* e os possíveis fatores determinantes para a percepção de QVT.

A **terceira seção** descreve a metodologia utilizada no desenvolvimento da pesquisa, assim, apresenta o universo de estudo e amostra; o modelo adotado por este estudo, os instrumentos que foram utilizados para obtenção de dados; detalha os procedimentos de coleta, bem como as estratégias utilizadas para análise.

A **quarta seção** descreve os resultados obtidos pela pesquisa e as análises destes resultados sobre o perfil dos respondentes da pesquisa, o resultado da análise de confiabilidade, a média sobre a percepção de QVT dos atendentes de *call center* e a comparação das médias obtidas pelos diferentes perfis dos entrevistados.

E, finalizando, **na quinta seção** são elencadas as considerações finais, juntamente com as recomendações, as limitações à realização do estudo, além da propositura e encaminhamento para novos trabalhos de pesquisa.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo sintetiza a coleta realizada na literatura sobre o tema e se compõe em três tópicos. O primeiro apresenta uma contextualização acerca da origem da QVT, abordando seu histórico, principais autores, conceitos e o modelo proposto por Walton sobre QVT. O segundo apresenta os aspectos relacionados à QVT nas organizações e seus possíveis fatores que podem influenciar sua percepção. Por fim, aborda-se um tópico com informações relevantes sobre o setor específico que é o objeto de estudo – *call center*.

2.1 Qualidade de Vida no Trabalho (QVT)

2.1.1 Origem e Contextualização

A preocupação com a produtividade relacionada ao bem-estar do trabalhador, verifica-se desde 1920, quando existiram preocupações científicas sobre a influência das condições físicas do local de trabalho na produção industrial. Fato que se deu com o experimento na *Western Electric Company*, uma empresa que já possuía inovações nas condições de trabalho, a fim de proporcionar melhorias na qualidade de vida dos seus funcionários, mas que não obtinha resultados positivos quanto a satisfação deles. Na ocasião, a pesquisa concluiu que embora existisse uma relação das condições do trabalho com a produtividade do trabalhador, a análise apenas desses dois fatores não era suficiente para avaliar a satisfação dos funcionários, sendo necessário analisar também os fatores psicológicos dos mesmos (RODRIGUES, 2014).

Contudo, a QVT, enquanto corpo de conhecimento estruturado, se consolidou na Inglaterra, nos anos de 1950, a partir dos estudos realizados por Eric Trist e colaboradores no Tavistock Institute. Tais estudos avaliavam a relação indivíduo, trabalho e organização; a partir disso, desenvolveu-se uma abordagem sócio-técnica em relação à organização do trabalho, tendo como base a satisfação do trabalhador.

No mesmo período, nos Estados Unidos, surgiram esforços no sentido de modificar as linhas de montagem devido ao crescente interesse pela satisfação no trabalho, tendo iniciado pesquisas sistematizadas referentes às atitudes dos trabalhadores. Em meados dos anos de 1960, o crescimento do interesse pelos direitos civis e responsabilidade social levou o governo norte americano a adotar uma série de medidas que contribuíram para a expansão do

interesse pela melhoria na qualidade de vida no trabalho em relação aos seguintes aspectos: saúde, segurança e satisfação dos trabalhadores (ALBUQUERQUE, 2013).

Na década de 70, século 20, a crise energética e os problemas de alta inflação, especialmente nos Estados Unidos, produziram uma queda no interesse pelos assuntos ligados à qualidade de vida, tendo as organizações, deslocado à atenção para aspectos de sua sobrevivência.

Por volta de 1979, porém, o interesse pela qualidade de vida dos trabalhadores ganhou novo impulso, principalmente devido ao declínio na competitividade dos Estados Unidos e à constatação da crescente falta de comprometimento com o trabalho, que criou a necessidade de definição de novas formas de gerenciamento. Passou-se a ter como modelo o estilo gerencial do Japão, que usava técnicas como: Círculo de Controle de Qualidade (CCQ), Total Quality Control (TQC), Just-in-Time (JIT) e Kanban (ALBUQUERQUE, 2013). Já na década de 1990, o tema QVT invadiu todos os espaços, passando a integrar o discurso acadêmico, a literatura relativa ao comportamento nas organizações, os programas de qualidade total e a mídia de forma geral (FERREIRA; REIS; PEREIRA, 1999).

Nos tempos atuais, o desenvolvimento de novas tecnologias obrigam as empresas que visam crescimento a trabalharem com mão de obra cada vez mais especializada, exigindo funcionários cada vez mais qualificados, treinados e em constante capacitação. Em contrapartida, essas empresas que buscam melhores resultados, estão buscando oferecer melhores condições de trabalho e incentivos para seus trabalhadores. Todas essas ações, que visam promover um bem estar ao trabalhador, podem estar incluídas em um programa de QVT, o qual se preocupa não apenas com o rendimento desses trabalhadores, mas também no estado psicológico desses.

2.1.2 Conceitos de QVT

Os conceitos de Qualidade de Vida e Qualidade de Vida no Trabalho são diferenciados e exigem esforços, no sentido de se aprofundar na literatura científica para compreendê-los, mas entrelaçam-se e revelam grande preocupação com o equilíbrio e a satisfação da vida pessoal e profissional, e consequentemente com o bem-estar do trabalhador.

Segundo Côrrea (1993), a QVT é um fenômeno que somente aos poucos vem sendo desvendada. A autora classifica o movimento em torno da QVT em quatro estágios.

O primeiro estágio abrange as condições de subsistência, como salário compatível com a função, segurança, prevenção de acidentes, seguridade social e aposentadoria. Seus

pressupostos baseiam-se no marxismo e nas políticas trabalhistas sociais de meados do século XIX. O segundo estágio diz respeito aos incentivos salariais, à participação nos resultados e à eficiência administrativa. O terceiro inicia-se com os estudos da Escola das Relações Humanas (1930), destacando-se as dimensões básicas da QVT, como o reconhecimento social, a liderança democrática, o treinamento, a participação e o moral do grupo. O quarto estágio está relacionado com as teorias comportamentais e o movimento de QVT, que ocorreu em 1960, quando se produziram teses de autodesenvolvimento, criatividade, flexibilidade no horário de trabalho, constituição de pequenos grupos e preocupação com o meio ambiente (CÔRREA, 1993).

Limongi-França (2010) afirma que as definições de QVT vão desde cuidados médicos estabelecidos pela legislação de saúde e segurança até atividades voluntárias dos empregados e empregadores nas áreas de lazer, motivação, entre inúmeras outras. Cortez (2004) explica que a QVT pode ser concebida/compreendida como um instrumento que visa satisfazer as reais demandas dos colaboradores ao desenvolver suas atividades dentro da organização.

Em complemento, para Albuquerque (2013), o conceito de QVT é a aplicação concreta de uma filosofia humanista, pela introdução de métodos participativos, visando modificar um ou diversos aspectos do ambiente laboral, para criar uma situação nova, mais favorável à satisfação dos trabalhadores e a produtividade da organização.

Walton é o primeiro estudioso norte-americano que dá início a uma linha de pesquisa de satisfação em qualidade de vida no trabalho, explicitando critérios sob a ótica organizacional (LIMONGI-FRANÇA, 2012). Para Walton, a expressão Qualidade de Vida no Trabalho tem sido usada, com crescente frequência, para descrever certos valores ambientais e humanos negligenciados pelas sociedades industriais em favor do avanço tecnológico, da produtividade industrial e do crescimento econômico.

Finalmente, a Organização Mundial de Saúde [OMS (2018, s.p.)] afirma que

A qualidade de vida no ambiente profissional deve envolver a avaliação do nível de saúde dos funcionários, bem como o estilo de vida deles e o clima organizacional como um todo. O desenvolvimento de programas visando proporcionar aos funcionários benefícios tanto para sua vida profissional como pessoal devem ser incentivados, tendo em vista que apresentam considerável melhora na motivação, na criatividade e na produtividade das equipes de trabalho.

Com base nos autores citados, para efeito deste estudo, a QVT será concebida como um instrumento de gestão da organização que visa satisfazer a necessidade e promover o bem-estar do trabalhador, sua saúde, física e mental; e, por conseguinte maior humanização do trabalho.

2.2 Modelo de QVT proposto por Walton

Walton, em seu artigo *Quality of Working Life: What Is It?* (Qualidade de vida no trabalho: O que é isso?), publicado em 1973, foi o primeiro a propor um modelo com critérios sobre o tema para sua averiguação (AYRES et al., 2016).

De acordo com Walton, o principal problema enfrentado pelos trabalhadores, independente do cargo exercido, é o descontentamento com o trabalho. Pensando nisso, por meio de pesquisas e entrevistas, buscou identificar os fatores que poderiam vir a afetar o funcionário em seu trabalho e, propôs um modelo de QVT, dividido em oito critérios essenciais para a qualidade de vida de funcionários das mais variadas empresas.

O modelo de QVT proposto, caracteriza-se por enfatizar as necessidades e aspirações do ser humano, assim como, a responsabilidade do ser humano. (TIMOSSI et al., 2009). O modelo, dividido em oito dimensões parâmetros, além de medir a QVT, também possibilita perceber qual dimensão precisa-se de mais atenção, de acordo com resultados obtidos.

As oito dimensões de Walton são essas: compensação justa e adequada, uso e desenvolvimento de capacidades, boas condições de trabalho, oportunidade de crescimento e segurança, integração social na empresa, constitucionalismo, trabalho e espaço total de vida, e relevância da vida pessoal no trabalho.

A **compensação justa** diz respeito ao salário, que deve ser de acordo com as atividades realizadas dentro da empresa e entre as empresas do mesmo ramo, havendo a possibilidade de aumento de acordo com a produtividade do funcionário.

O critério sobre **uso e desenvolvimento do trabalho** refere-se à capacidade do funcionário de se desenvolver dentro da própria empresa, possivelmente, desempenhando múltiplas funções, e desenvolvendo sua autonomia e autocontrole.

A **condição de trabalho** está relacionada à jornada de trabalho, horas extras, duração e ambiente físico agradável e adequado para o desenvolvimento dos trabalhos de forma segura.

As **oportunidades de crescimento e segurança** são referentes às possibilidades oferecidas ao funcionário para que ele cresça profissionalmente, melhorando assim sua autonomia e valorizando sua carreira de trabalho, podendo aumentar seu cargo e ganhar o equivalente ao seu trabalho, adquirindo assim uma estabilidade e segurança financeira.

Silva (2015) afirma que a **integração social** refere-se as relações interpessoais no ambiente de trabalho e à sua importância para um melhor desenvolvimento dos trabalhadores.

Nesse critério encaixa-se também a ausência dos preconceitos e distinções entre os funcionários, buscando manter boas relações e a igualdade entre os mesmos.

O **constitucionalismo** é bem semelhante ao tópico anterior, pois diz respeito ao cumprimento dos direitos e deveres dos funcionários, onde esses devem estar cientes dos seus benefícios e as suas obrigações.

O critério sobre **trabalho e espaço total da vida** fala sobre o equilíbrio que deve haver entre a vida social e o trabalho. Pois, o trabalho, muitas vezes, afeta as outras partes da vida dos trabalhadores.

Já o critério **relevância social da vida no trabalho**, refere-se à responsabilidade social por parte da organização, ou seja, as consequências que ela traz para a sociedade. Nesse critério, o que é importante para o trabalhador é saber que suas funções trazem benefícios para a sociedade.

O modelo de QVT proposto por Walton relaciona a qualidade do ambiente de trabalho e o equilíbrio entre este e a vida pessoal, assim como o salário condizente com o serviço realizado. Compreende-se assim que, para haver qualidade de vida no trabalho, é preciso haver o equilíbrio entre trabalho, vida pessoal e salário justo.

Segundo Kurogi (2008), a abordagem de oito dimensões humaniza o trabalho, considerada como uma responsabilidade social da empresa na qual o funcionário trabalha. Isso porque esse modelo de QVT disserta sobre as necessidades e aspirações dos funcionários por meio da reestruturação dos cargos e as novas formas de organizar o mesmo. Esse modelo leva em consideração as condições físicas e financeiras, que afetam diretamente a motivação em realização sua função.

Ainda nesse contexto, Kurogi (2008) defende que um funcionário bem pago, exercendo suas funções para uma empresa bem vista, num ambiente de trabalho agradável, seguindo as regras e leis adequadamente, com possibilidades de subir em sua carreira e melhorar seu rendimento, tende a produzir mais e ser mais motivado a exercer seu cargo.

Esse modelo abre uma imensidão de possibilidades de discussão sobre o presente tema, pois aborda uma variedade de questões que dizem respeito aos funcionários e possibilita as mais diversas respostas. Com bases nos estudos supracitados, observa-se que o modelo de QVT proposto por Walton, ainda mostra-se bastante atual, o que justifica a escolha desse modelo para a operacionalização desta pesquisa.

2.3 QVT nas Organizações

No contexto da evolução da sociedade e na velocidade com que vêm ocorrendo as transformações produtivas, com exigências cada vez maiores sobre a organização e seu corpo funcional, se torna difícil a satisfação completa dos indivíduos com a situação de trabalho. Sendo assim, a QVT surge como uma alternativa nas relações trabalhistas, pois nela podem se inserir aspectos como compensação, saúde e segurança ou, de uma forma mais ampla, autonomia, partilha de responsabilidade, autocontrole, possibilitando o desenvolvimento completo das pessoas através do trabalho. (ROSALINO; BARDAGI, 2008).

No meio empresarial, o tema QVT tem despertado interesse de administradores brasileiros; pela contribuição que possa oferecer em termos de elevação da produtividade empresarial e do nível de satisfação dos trabalhadores.

As organizações devem estar atentas não somente com o homem organizacional, mas com todo o contexto da vida deste homem, que carrega consigo todos os seus valores, crenças, culturas e experiências que foram adquiridas durante toda a sua vida. Os fatores que o afetam fora do ambiente organizacional, com certeza irão afetar a sua vida profissional e consequentemente a organização de que faz parte.

Sabe-se que no ambiente organizacional estão existindo cada vez mais espaço às reivindicações dos trabalhadores, sejam essas por melhores condições de trabalho, por salários, por tarefas menos alienantes e maior autonomia para trabalhar. Em vistas disso, algumas empresas vêm explorando nas organizações aspectos da QVT, principalmente após programas como CCQ's – que consiste na participação dos trabalhadores através de ideias e sugestões para a melhoria dos aspectos relacionados à qualidade e produtividade (ALBUQUERQUE, 2013). Devido às transformações nas relações de trabalho, é cada vez mais exigida a interação entre a produtividade e a qualidade dos serviços realizados, ainda que isso comprometa, muitas vezes, o aprendizado e a saúde do trabalhador.

A realidade atual do mercado de trabalho exige que, por muitas vezes, o trabalhador aceite condições de trabalho que arrisquem a sua saúde física e psicológica, resultando assim em problemas pessoais e desgaste mental por parte desse trabalhador, podendo ocasionar estresse e desestímulo no trabalho, principalmente quando as empresas não se preocupam com a qualidade de vida de seus empregados.

O estresse desencadeado pelo trabalho repetitivo e cansativo pode afetar a saúde dos trabalhadores, o que mais uma vez ressalta a necessidade das práticas de QVT nas organizações, a fim de reduzir além dos riscos à saúde do trabalhador, à busca por

rendimentos positivos para organização. Com isso, entende-se que a saúde não pode ser reduzida a um mero equilíbrio ou capacidade adaptativa, deve ser pensada como a capacidade para instaurar novas normas frente a situações novas (CORDEIRO, 2011).

Assim, a saúde, como descrita, refere-se à possibilidade que o sujeito tem de fazer escolhas e interagir de maneira dinâmica em sua vida seja nos campos social, psíquico e biológico. Dessa forma, quando a pessoa sofre alguma restrição ou mesmo inibição nas suas escolhas saudáveis em qualquer desses campos, provavelmente repercutirá nos outros campos comprometendo assim a saúde como um todo.

Neste sentido, o trabalho tem uma importância fundamental para o meio no qual o indivíduo está inserido, não só porque a ele dedica muito de seu tempo, mas também porque grande parte de suas condições de vida estão relacionadas ao trabalho que desenvolve. O trabalho no mundo moderno, ao se caracterizar como uma atividade que tem um fim vai sempre estar acompanhada de exigências e pressões. É nesse mesmo movimento que se pode pôr em prática a capacidade humana de se reapropriar das situações e reinventá-las, instituindo novas regras e normas (CORDEIRO, 2011).

Em muitos países, a legislação obriga os empregadores a cuidarem da saúde e segurança de seus trabalhadores. Essa obrigação é normalmente interpretada de forma a incluir o gerenciamento do risco de stress-relacionado, stress no trabalho e mental, bem como consequências na saúde física (LEKA et al., 2004).

No entanto, o que se pode observar atualmente é que devido à dinamicidade da economia e do aumento da competitividade no mercado, as organizações têm a necessidade de mudarem. Por exemplo, a força de trabalho está constantemente sofrendo reduções, pequenas organizações estão se fundindo ou sendo incorporadas pelas organizações maiores e mais competitivas, e a mudança é a única constante (KENDALL et al., 2000).

Embora exista um ambiente organizacional que busca adquirir vantagem competitiva para permanecer no mercado, as organizações devem estar atentas em oferecer ambientes saudáveis para que os funcionários exerçam as suas funções.

Para Zanelli (2010), o que pode ser visto para muitos gerentes como produtividade, pode não ser visto da mesma forma pelo trabalhador. Para esse trabalhador, o trabalho exigido pelo superior poderá ser entendido como excesso de demandas ou pressões para o alcance de resultados.

A busca do equilíbrio entre as necessidades, expectativas e recursos que o trabalhador possui e as necessidades, expectativas e demandas da organização tem sido um desafio para a

humanidade. O desequilíbrio entre os interesses dos funcionários e das organizações pode resultar então, no desgaste físico e emocional, além de ocasionar o estresse ocupacional.

Conforme Bressert (2006), em pesquisas recentes o estresse tem sido relacionado com outros problemas de saúde, como doença de coração, pressão sanguínea e depressão. Isto acontece devido ao fato do estresse estar ligado com a supressão do sistema imunológico, aumentando as chances do indivíduo adoecer ou agravar ainda mais uma doença já estabelecida no corpo. O nível de estresse sentido no trabalho pode diminuir as defesas do organismo do trabalhador contra doenças e aumentar os problemas de saúde sentidos por ele.

Nesse sentido, Robbins (2005) afirma que são muitos os fatores dentro de uma organização, principalmente empresarial, que podem gerar estresse ocupacional. Alguns exemplos são: as pressões para evitar erros ou cumprir prazos, a excessiva carga de tarefas, um chefe exigente e colegas desagradáveis. Ou seja, o funcionário está sob constante pressão e fontes de estresse no ambiente de trabalho, sendo assim, quase impossível desviar-se delas.

Passar muitas horas trabalhando, tem não só uma interferência direta na vida dos trabalhadores, como também a sua interferência surge de forma mediada, por meio da influência do trabalho na vida privada e vice-versa e da incapacidade de conciliação entre a vida profissional e familiar (ZANELLI, 2010).

2.4 Call Center

Segundo Mancini (2001), o registro que se tem do emprego de telefone de forma empresarial data de 1880, apenas quatro anos após sua invenção. Nesse ano, um fabricante de doces resolveu vender o seu produto por telefone. Formou uma equipe com mais de cem pessoas para cadastrar e contatar clientes. É o que se chamou de televendas: o uso de telefones para oferecer produtos e serviços.

Anos mais tarde a televendas se expandiu, não se limitando apenas ao processo de vendas, passou a abranger também cobranças e supervisão por meio do telefone. Assim, o termo televendas foi sendo substituído pelo termo telemarketing, o qual adquiriu uma importante atribuição: a de otimizar o *mix* das comunicações de marketing para atingir o cliente.

É válido ressaltar a importante campanha de telemarketing da *Ford Motor Company* por volta do ano de 1970, que recrutou mais de 15.000 donas de casa para fazer ligações, com o objetivo de identificar pessoas com potencial para comprar automóveis. De acordo com Stone e Wyman (1992), o telemarketing é uma nova disciplina do marketing que utiliza a

tecnologia da telecomunicação como parte de um programa de marketing bem planejado, organizado e administrado que, de forma proeminente, desenvolve vendas pessoais, com o uso de contatos não pessoais.

A expressão *call center*, em português “central de atendimento” começa a surgir no Brasil a partir do ano de 1990, e vem substituir o termo telemarketing e a sua ideia de apenas vendas direta por telefone. O *call center* assume uma missão mais ampla, além de atender às demandas do público-alvo, ele oferece benefícios adicionais, impulsiona novas vendas, antecipa necessidades e mantém a marca da empresa, produto ou serviço sempre viva na mente do consumidor (MANCINI, 2011). Atualmente também é usado o termo *contact center*, que pode ser definido como atividade englobadora de todas as funções e ferramentas voltadas para o atendimento aos clientes via telefonia, fax, correio de voz e internet (CORDEIRO, 2011).

O setor de *telemarketing*, *call center* ou *contact center* funciona como um canal aberto entre a empresa e o cliente, com o objetivo de informar-lhe sobre produtos e/ou serviços, efetuar vendas, receber críticas e sugestões de forma rápida e eficiente. Tal setor emprega cinco milhões de pessoas nos Estados Unidos e 1,5 milhão na Europa. Na Inglaterra, existe mais gente empregada nesse setor do que nas indústrias de carvão, aço e automóveis juntas. No mercado nacional, estima-se que essa atividade atualmente movimente em torno de R\$ 65 bilhões por ano. (AMORMINO, 2011).

De forma mais detalhada, o setor de *call center* emprega, em torno de 1,4 milhão de profissionais no Brasil, e é composto em sua maioria por mulheres jovens com idade média de 23 a 25 anos (53% do total). 82% da força de trabalho deste segmento tem o 2º grau completo, exigência mínima e unânime de mercado. Os colaboradores com nível superior completo ou incompleto não chegam a 30% (PORTAL CALL CENTER, 2014).

Quintanilha (2013) afirma que as empresas de *call center* são conhecidas por terem como base de mão de obra um grande número de jovens que procuram o primeiro emprego, bem como pessoas com baixa escolaridade. Isto acontece, em grande parte, devido ao fato de nessas empresas haver um grande número de contratações; no entanto há também um alto nível de rotatividade de pessoal. Ainda segundo Quintanilha (2013), no Brasil mais de 1,3 milhão de pessoas tem sua carteira assinada por uma empresa do setor de *call center*. No entanto, é preciso ter atenção: tanta oportunidade de emprego favorável ao telemarketing pode esconder problemas relacionados a esse trabalho, como baixos salários e doenças ocupacionais, tanto físicas como psicossociais.

Com isso em mente, Sérgio Goiana, Presidente da Central Única dos Trabalhadores (CUT) de Pernambuco, ressalta a preocupação da CUT a respeito do surgimento de doenças como lesões por esforços repetitivos (LER). Além disso, os operadores de telemarketing sofrem forte pressão e vivem em constante ameaça de perder o emprego, o que os submetem, invariavelmente, a situações humilhantes, vexatórias e constrangedoras, caracterizando-se o assédio moral na relação trabalhista envolvendo este trabalhador.

Geralmente, o operador de telemarketing, ao falar pelo telefone, tem que seguir um *script* predefinido e rigidamente controlado pela empresa, sendo que toda a conversa com o cliente é gravada. Isso traz como consequência o surgimento de algumas doenças ocupacionais, levando as empresas a adotarem medidas como demissão, com reposição de mão-de-obra e, outras vezes, ocasionando o afastamento do empregado para tratamento médico custeado pelo sistema previdenciário (AMORMINO, 2011).

Segundo Dejours, Abdourchelli e Jayet (1994), se, por um lado, a organização do trabalho trouxe crescimento e produtividade para as empresas, por outro lado, repercutiu negativamente na saúde e na qualidade de vida do trabalhador, considerando-se as prolongadas horas de trabalho, causando fadiga mental e física e o esvaziamento do sentido do trabalho. Especificamente em relação ao trabalho executado em *call center*, o uso da tecnologia e o trabalho informatizado, bem como a utilização de novos métodos de gestão, incidem diretamente neste ambiente de trabalho. Tendo em vista que neste ambiente se infere controle rígido e de pouca autonomia no processo laboral dos operadores, padronizado nas condutas para execução das tarefas.

Jacques e Codo (2002) advertem que o trabalho em um *call center* traz características oriundas do modelo “taylorista”, associadas a avançadas tecnologias informáticas e de telecomunicações, produzindo consequências para o processo saúde/doença ocupacional. Onde para esse tipo de trabalho é considerado elemento básico para uma atuação eficiente do operador, o acompanhamento de um script, condutas padronizadas e controladas, uso de expressões verbais predefinidas e fixação de tempo máximo para atendimento às chamadas, visando ao máximo de produtividade, evitando-se desperdícios que a autonomia do trabalhador poderia trazer. Daí a analogia com o modelo “taylorista”.

Em concordância, segundo Sakamoto (2014), o trabalho dos atendentes é formado por monitoramento ostensivo, servindo assim como uma forma de assédio. Na prática, o que acontece é que os atendentes têm suas chamadas gravadas e analisadas para verificar se eles seguiram o script – roteiro com procedimentos de atendimento a ser seguido para cada caso/ligação.

Holman e Fernie (2000) acrescentam que, o monitoramento excessivo realizado pelas empresas do setor sobre seus funcionários pode ser traduzido negativamente não só nos níveis de satisfação, mas também na saúde mental em geral, bem como no aumento dos índices de ansiedade e depressão. Em adição, os esse monitoramento quando usado como punição para os empregados apresentarem melhores resultados, pode afetar diretamente o bem-estar e a saúde dos mesmos (HONORATO; OLIVEIRA, 2017).

Sakamoto (2001) detalha o perfil dos atendentes de *call center* da seguinte forma: segundo grau completo; experiência em uso de terminais de informática (Windows, Word, Excel); agilidade no uso do teclado; experiência em telemarketing; ótimos conhecimentos dos produtos oferecidos pela empresa; ótimos conhecimentos sobre os sistemas utilizados. O autor cita também as responsabilidades desses profissionais: Zelar pela qualidade no atendimento telefônico; cumprir com qualidade o atendimento diante aos seguintes aspectos: absenteísmo, postura, qualidade, nível de serviço e demais indicadores da empresa; responsabilizar-se pelas respostas e colaborar pela sua padronização; executar as práticas de regulamentação da empresa; sinalizar ao supervisor mudanças ou falhas ocorridas nos sistemas e equipamentos, registrando inoperâncias e intercorrências; cumprir os aspectos ergonômicos de seu posto de atendimento; sinalizar as necessidades de treinamento, motivação e controle de produtividade do grupo de operadores; esclarecer dúvidas mais complexas como supervisor.

Ainda de acordo com Sakamoto (2001), os atendentes de telemarketing devem possuir as seguintes habilidades: Correta compreensão verbal; correta expressão verbal, dicção e vocalização; correta ortografia; voz agradável; escuta ativa; capacidade de análise de problemas; capacidade de comunicação; trabalho em equipe; capacidade de atendimento; tolerância ao estresse; disciplina; sensibilidade interpessoal; boa apresentação; empatia.

Silva e Mocelin (2009) confirma, por meio de estudos, que o trabalho em *call centers* pode ser entendido como um “emprego-trampolim”. Segundo dados extraídos de suas pesquisas, quanto mais tempo o funcionário permanecer na empresa, mais insatisfeito ele vai ser, motivando a demissão voluntária do emprego assim que consegue um trabalho melhor:

Quando a insatisfação com o emprego é associada a uma condição objetiva sabidamente não muito boa e ao perfil de um trabalhador jovem e em formação, pode-se averiguar que o emprego em *call center* tende a se caracterizar, de fato, como ocupação ou emprego de passagem, ou seja, um emprego temporário para suprir uma situação que o próprio empregado considera como transitória (SILVA; MOCELIN, 2009, p. 60-71).

Dessa forma, as empresas de *contact center* devem assumir alternativas que aumentem a satisfação dos seus funcionários (RUYTER et al., 2001). E com isso evitar diversos custos causados pela rotatividade como os de recrutamento, seleção e treinamento de novos empregados. Além de proporcionar ao funcionário melhor bem-estar social (HONORATO; OLIVEIRA, 2017).

As atividades de *call center* apresentam-se como novidade de modelo adotado nas organizações. A atividade de operador de telemarketing, dadas as suas peculiaridades, recebeu tratamento legal específico, visando minimizar os efeitos danosos à saúde desses trabalhadores de modo a disciplinar e normatizar o trabalho nesse setor (AMORMINO, 2011).

Diante desse quadro, o Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), por intermédio da Secretaria de Inspeção do Trabalho, aprovou a Portaria nº 09, de 30 de março de 2007, publicada no Diário de Justiça da União (DJU) em 02 de abril de 2007, o Anexo II da NR 17, que dispõe sobre o trabalho em teleatendimento/*telemarketing*. A referida Portaria se destina a todos os empregadores do setor de *call center*, envolvendo os serviços de telemarketing ativo e receptivo, centrais de atendimento telefônico ou de relacionamento com clientes para prestação de serviços, informações e vendas de produtos (AMORMINO, 2011).

A Portaria da Secretaria de Inspeção do Trabalho (SIT) nº 09/2007, anexo II, através da sua norma regulamentadora 17, em seu capítulo sobre ergonomia, “estabelece parâmetros mínimos para o trabalho em atividades de teleatendimento/*telemarketing* nas diversas modalidades desse serviço, de modo a proporcionar um máximo de conforto, segurança, saúde e desempenho eficiente”. (BRASIL, 2007, s.p.)

Dessa forma, são formalizados procedimentos acerca da organização do trabalho no *call center* e da capacitação dos trabalhadores e, principalmente, normatizando as condições de conforto, com adoção de programas de saúde ocupacional e de prevenção de riscos ambientais. Para que todas essas medidas sejam efetivamente implantadas e melhoradas, foi constituída uma comissão permanente para fins de acompanhamento de implementação, aplicação e revisão do disposto no referido Anexo II da NR 17.

Além desses aspectos, o estudo da QVT dos trabalhadores que trabalham em um *call center* é fator de contribuição, pois as variáveis contempladas pela Portaria não definem as necessidades humanas, não expondo as situações em que esses trabalhadores estão sujeitos, as agressões sofridas no ambiente laboral e o trabalho que, muitas vezes, representa o próprio status quo desses indivíduos (AMORMINO, 2011).

Pelo exposto, esse estudo torna-se necessário, devido ao QVT ser fundamental, notadamente em razão das atividades de *call center*, cujos fenômenos devem ser pesquisados,

valendo-se de referencial teórico específico e os demais correlatos, sugerindo-se que sejam atualizados, adaptados à nova realidade laboral, cujo estudo científico exige aprofundamento e acompanhamento.

O cenário e as Leis Trabalhistas existentes, desafiam a intervenção do Governo, das entidades sindicais e dos trabalhadores para coibir abusos, como excessiva jornada de trabalho, baixos salários, respeito ao ser humano e principalmente atenção à qualidade de vida no trabalho desses trabalhadores, buscando harmonizar a relação entre capital e trabalho.

2.5 Fatores determinantes para a percepção sobre a QVT

Alguns fatores (gênero, escolaridade, estado civil, horário de trabalho, entre outros) também podem influenciar a percepção da QVT dos trabalhadores em relação ao seu ambiente de trabalho. Em seguida, um breve apanhado desses fatores encontrados na literatura sobre QVT.

2.5.1 Idade

Lehr (1999) afirma que a idade pode ser um fator que se associe negativamente à QVT, na medida em que o grau de tolerância dos mais velhos tende a se reduzir e dificultar os relacionamentos profissionais, além das limitações físicas e mentais implicando maiores dificuldades no desenvolvimento das tarefas laborais, agravadas pelas inovações tecnológicas.

Em contraponto, Clark (1996) parece verificar que os trabalhadores mais jovens tendem a revelar-se menos satisfeitos do que os seus colegas mais velhos. Várias razões parecem ser capazes de explicar este resultado, dentre elas, designadamente o fato dos colaboradores mais jovens tenderem a ocupar posições hierárquicas mais baixas e funções de menor responsabilidade.

2.5.2 Escolaridade

Em seu estudo sobre abordagem organizacional da QVT com a síndrome de *burnout*, Brito et al. (2015) afirmam que o crescimento do nível de escolaridade dos respondentes das amostras de estudos pode ser derivado do aumento de mão de obra especializada, maior acesso à educação e afastamento social de profissionais com baixa escolaridade, o que consequentemente melhora a percepção de QVT sobre o seu ambiente de trabalho.

Paralelo a esse estudo, tomando como parâmetro ambientes organizacionais que não exigem mão de obra especializada, Rodrigues (2013), estudou a QV e QVT em uma indústria metalúrgica de pequeno porte, onde os funcionários da produção estão em maior número e o nível de escolaridade é muito baixo; o autor observou que esses funcionários não tinham muita percepção sobre a QVT no ambiente de trabalho, o que o levou a acreditar que, esses, precisam de um incentivo por parte da empresa para aproveitarem os programas oferecidos pela empresa com a finalidade de melhorar a QVT desses trabalhadores. Nesses casos, poderia ser implantados programas que orientassem melhor sobre a manutenção a saúde, com o objetivo de precavê-los mais das doenças ocupacionais; programas que incentivassem para melhorias pessoais e profissionais, o que traria além de resultados mais produtivos para essas organizações, uma melhor percepção sobre a QVT na empresa estudada.

2.5.3 Gênero

Moehlecke (2009) expõe que a compreensão da diversidade de gênero passa pela percepção da própria variedade humana, física, social e ambiental existentes na sociedade, e também pela multiplicidade e complexidade que esse termo traz em si.

Sloane e Labour (2000) afirmam existir uma relação pré-estabelecida entre as variáveis de QVT: gênero, idade, escolaridade, tempo de serviço; mas conclui dizendo que a satisfação no trabalho é uma qualidade inata ao gênero feminino.

No mesmo contexto, Ganesh e Ganesh (2014) afirma que as mulheres tendem a experimentar maior qualidade de vida no trabalho do que os homens, pois acredita-se que as mulheres vivenciam menos pressão no ambiente de trabalho; o que pode ser justificado pelo fato da sociedade esperar delas maior comprometimento com outras esferas de sua vida, ao invés da sua atividade financeira.

Contrariando essa afirmativa, Costa et al (2012) defendem que a percepção de menores níveis de QVT são entre mulheres, o que pode ser decorrente dos aspectos usuais do cotidiano feminino, como a dupla ou tripla jornada de trabalho. Em contraponto aos autores citados, Eichinger (2000) indica que o sexo não tem impacto sobretudo na satisfação no trabalho.

2.5.4 Estado civil

Robbins (1999), defende que, quanto à relação entre o estado civil e a satisfação, funcionários casados estariam mais satisfeitos com seus trabalhos. Isso se deva, provavelmente ao fato do casamento impor mais responsabilidades, tornando o trabalho mais valioso e importante.

Vrendenburgh e Sheridan, citados por Rodrigues (1991) defendem que a satisfação com o estado civil está relacionada positivamente com a satisfação com a vida; assim, o que realmente importa é estar feliz com o seu estado civil atual. Nesse sentido, Charão et al. (2015), parte do pressuposto de que, embora a satisfação e a percepção da QVT sejam independentes de questões afetivas, mesmo assim, alguns profissionais tendem a adiar projetos que altere o seu estado civil, tais como maternidade e casamento, visando à consolidação de uma carreira

2.5.5 Tempo de trabalho

Para Melo et al. (2011) o tempo de serviço evidencia-se tanto como estimulante para a satisfação no trabalho quanto inibidor dessa sensação. Porém, outros estudos evidenciaram que não existe associação entre tempo de serviço e satisfação no trabalho. Como por exemplo, o estudo de caso de Bittencourt et al. (2007) que analisou a QVT nos serviços públicos, e constatou que, o tempo de serviço dos funcionários públicos da área da saúde que foram entrevistados é considerado sem significância estatisticamente, o que indica que o tempo de serviço na instituição a qual faziam parte, não está associado às percepções de QVT analisadas por eles.

Em contrapartida, outro estudo, desenvolvido por Rodrigues (1997), com a intenção de analisar e comparar a QVT em 3 empresas distintas, observou as respostas de entrevistados das 3 empresas, com tempo de serviço entre 1 e 15 anos, concluiu que a percepção de QVT altera entre os entrevistados com mais tempo de serviço nas três empresas, o que pode justificar essa afirmativa, segundo ele, é que os funcionários com mais tempo de serviço, conseqüentemente, desfrutam por mais tempo dos programas de QVT implantados pela empresa, melhorando a sua percepção sobre eles.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O capítulo anterior discorre sobre a fundamentação teórica, embasando a análise do corrente trabalho. Já este capítulo aborda as medidas metodológicas utilizadas para alcançar seus objetivos e está dividido nas seguintes seções: tipo de pesquisa, universo e amostra do estudo, instrumento de coleta de dados, métodos de coleta de dados e a estratégia de análise de dados.

3.1 Tipo de Pesquisa

Esta pesquisa caracteriza-se como um estudo empírico porque visa à interação entre fatores e eventos. Assume particularidade em uma situação específica, procurando descobrir o que há de mais essencial e característico, contribuindo para a compreensão da situação estudada (PONTE, 2006). Portanto, tem por finalidade registrar, analisar e relacionar fatos e fenômenos, sem interferir ou controlar as variáveis analisadas (MARCONI; LAKATOS, 2012).

Assim, esta pesquisa é uma pesquisa descritiva que tem como propósito descrever as características de um ou mais grupos, estimar proporção de elementos da mesma característica e descobrir ou verificar a existência de relação entre variáveis (GIL, 2007).

Dessa maneira, ao identificar o perfil dos trabalhadores da empresa de *call center*, identificar a percepção dos atendentes de *call center* da empresa estudada sobre a QVT, segundo Freitas e Souza, e verificar se há diferenças nas percepções dos atendentes de *call center* sobre a QVT, levando em consideração o perfil de cada atendentes, o decorrente estudo se caracteriza como descritivo, com base em uma análise quantitativa.

De acordo com Prodanov e Freitas (2013, p. 69-70) “a pesquisa quantitativa considera que todos os dados podem ser quantificáveis”. Os dados são transformados em números e analisados por meio de recursos estatísticos (percentagem, média, moda, mediana, desvio-padrão, coeficiente de correlação etc).

Kauark et al. (2010) afirma que a análise quantitativa traduz em números, opiniões e informações para classificá-los e analisá-los. Para Silva (2010), na pesquisa quantitativa, a matemática é o meio utilizado para a análise de dados e interpretação dos resultados obtidos. Isso ocorre porque a matemática permite descrever, representar ou interpretar a multidiversidade dos seres vivos e suas inter-relações. Desta forma, é possível por meio deste

tipo de pesquisa analisar a relação entre as variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos experimentados por grupos sociais.

3.2 Universo e amostra de estudo

A empresa, objeto de estudo, enquadra-se como um *call center*, constituída sob a modalidade de empresa privada, prestadora de serviços que, por questão de confidencialidade, é tratada nesse estudo como Empresa X.

Em um mercado em expansão, a empresa estudada, fundada na década de 1990, com mais de 20 anos em operação, se concentra entre as maiores empresas de *call center* do Brasil. Atualmente, emprega mais de 30 mil pessoas, distribuídas em vários estados brasileiros. Entre os clientes atendidos estão organizações de telefonia, TV por assinatura, bancos, governo, companhias de energia, saneamento, educação, entre outras. Inaugurada em outubro de 2013, na cidade de Mossoró, interior do estado do Rio Grande do Norte, com investimento superior a 20 milhões de reais, foram contratadas mais de 600 pessoas no ano da inauguração, e decorrido pouco mais de 4 anos de funcionamento, a empresa já conta com cerca de 2.800 atendentes de *call center*.

Pelo exposto, os atendentes de *call center* dessa empresa foram denominados de população, por representarem o conjunto de trabalhadores que compartilham uma característica comum: exercem a mesma função na empresa.

Para esse estudo, trabalhou-se com uma amostra representativa, utilizando-se do método de confiança de 95% e erro de estimação de 6% (RICHARDSON, 2014). A partir das informações sobre a quantidade de atendentes atualmente, e considerando o método de cálculo amostral citado, seria necessária uma amostra mínima de 253 atendentes respondentes; entretanto, optou-se por aumentar o número para 261 entrevistados com o propósito de contornar possíveis perdas. A amostragem foi estratificada considerando a proporção de acordo com os horários de trabalho, com pessoas de ambos os sexos e de várias idades.

3.3 Instrumento de coleta de dados

O questionário foi o método escolhido para a coleta dos dados, visto que é um dos métodos mais efetivos e defendidos por estudiosos. O questionário se apresenta como um instrumento estruturado não disfarçado, onde apresenta perguntas padronizadas, em mesma

sequência e mesmas opções de respostas a todos os respondentes. O conjunto de questões de forma ordenada gera os dados adequados para a análise dos resultados.

Nesse contexto, pode-se afirmar que os questionários possuem as seguintes vantagens, descritas por Gil (1999):

Possibilita atingir grande número de pessoas, mesmo que estejam dispersas numa área geográfica muito extensa, já que o questionário pode ser enviado pelo correio; implica menores gastos com pessoal, posto que o questionário não exige o treinamento dos pesquisadores; garante o anonimato das respostas; permite que as pessoas o respondam no momento em que julgarem mais conveniente; não expõe os pesquisadores à influência das opiniões e do aspecto pessoal do entrevistado.

Gil (1999) também descreve as desvantagens do questionário, são elas: exclui as pessoas que não sabem ler e escrever, o que, em certas circunstâncias, conduz a graves deformações nos resultados da investigação; impede o auxílio ao informante quando este não entende corretamente as instruções ou perguntas; impede o conhecimento das circunstâncias em que foi respondido, o que pode ser importante na avaliação da qualidade das respostas; não oferece a garantia de que maioria das pessoas devolva-o devidamente preenchido, o que pode implicar a significativa diminuição da representatividade da amostra; envolve, geralmente, número relativamente pequeno de perguntas, porque é sabido que questionários muito extensos apresentam alta probabilidade de não serem respondidos; e proporciona resultados críticos em relação à objetividade, pois os itens podem ter significados diferentes para cada sujeito pesquisado.

Para realizar essa pesquisa, foi utilizado o questionário de Diniz (2010), que teve como parâmetro as oito dimensões criadas pelo modelo de Walton. A escolha desse instrumento deu-se por estar em parâmetros idênticos ao que se esperava analisar dos trabalhadores do setor escolhido - *call center* e, também, por atender as subjeções do método de Walton, adotado neste estudo.

Diniz (2010) dividiu o instrumento em duas partes: I – identificação do perfil do respondente e a II – questões relacionadas às oito dimensões, tendo como referência o modelo de Walton; o que possibilitou ser analisada tanto a parte específica do perfil do respondente, como suas respostas referentes à QVT.

Na parte I, ressalta-se, que, foram feitas adaptações, possibilitando uma análise mais específica do perfil dos respondentes, os quais foram analisados neste estudo. Assim, na parte I estão seis questões sobre o perfil do respondente para alojá-los em categorias, tais questões

tratam sobre: gênero, estado civil, escolaridade, idade (anos completos), quantidade de filhos e tempo de trabalho.

A parte II está estruturada numa escala *likert* de cinco pontos, que é um tipo de escala de resposta psicométrica usada habitualmente em questionários, e é a escala mais usada em pesquisas de opinião. Ao responderem a um questionário baseado nesta escala, os respondentes especificam seu nível de concordância com uma afirmação. Assim, a parte II é composta por 22 questões subdivididas de forma a medir a percepção dos atendentes de *call center* sobre a QVT, por meio do grau de concordância com as afirmações apresentadas.

Conforme o modelo de Walton, as questões da parte II estão agrupadas pelas dimensões defendidas pelo modelo, embora não estivesse organizada de forma consecutiva. A dimensão **condição de trabalho**, está representada pelas questões 01, 02 e 03; **oportunidade de crescimento e segurança**, as questões 04 e 09; **compensação justa e adequada**, questões 05, 08 e 10; **constitucionalismo**, nas questões 06, 07 e 15; **o trabalho e o espaço total de vida**, questões 11, 13 e 14; **integração social na organização**, questões 12 e 20; **uso e desenvolvimento de capacidades**, nas questões 16, 17 e 21; e **relevância social da vida no trabalho**, nas questões 18 e 19. Uma questão foi adicionada, ocupando a posição de 22ª pergunta, embora fora do âmbito das dimensões, mas totalmente no contexto, que possibilitou analisar especificamente a percepção geral da QVT, a qual está exposta, juntamente ao instrumento utilizado, no Anexo 1 deste estudo.

O nível de concordância dos questionários na parte II, em relação aos fatores investigados foi numerado numa escala formada por cinco pontos equidistantes, sendo: 1– discordo totalmente, 2- discordo, 3- nem discordo, nem concordo, 4- concordo, 5- concordo totalmente), o qual possibilitou o método de interpretação e a síntese de informações serem analisados por meio estatístico quantitativo, como explicitado anteriormente, e mostrado no modelo de resposta, demonstrado na Figura 1.



Figura 1 - Modelo de resposta do instrumento utilizado

Fonte: Diniz (2010)

3.4 Métodos e coleta de dados

Para eliminar ou reduzir as desvantagens no questionário aplicado referente a esse estudo, a maioria dos questionários foram entregues presencial e individualmente; evitando o atraso de envio de respostas, e permitindo conhecer as circunstâncias em que foi respondido o questionário. Como não houve autorização de acesso por parte da Empresa X para que a pesquisa fosse feita em suas dependências, os questionários foram entregues no intervalo de duas semanas do mês de maio/2018, em horários diversos, para abranger os diferentes turnos. Na ocasião, os atendentes *de call center* eram abordados durante a entrada/saída do horário de expediente, entre 07:00h e 20:00h. Tal estratégia de abordagem resultou em 240 questionários respondidos.

Em adição, optou-se também por outro método de coleta. A plataforma de pesquisa virtual *Google Forms*, no qual foi escolhido por sua praticidade. Por meio da plataforma era possível responder os questionários pelo computador ou smartphone, apenas estando conectados a algum provedor de *internet*, possibilitando assim atingir um número maior de pessoas.

Para Narciso (2014), o *Google Forms* tem-se mostrado uma excelente ferramenta de pesquisa. Por sua praticidade, é um meio fundamental para a realização de questionários acessíveis a um número maior de participantes, e além de diminuir os custos do tradicional questionário impresso, disponibiliza ainda relatórios integrados com resultados. Através do questionário disponibilizado na plataforma *Google Forms*, por meio de grupos de redes sociais. Por meio desse método, foram obtidos mais 21 questionários, contribuindo assim para aumentar a amostra deste estudo.

3.5 Estratégia de análise dos dados

Os dados obtidos por meio dos 261 questionários respondidos foram analisados no *IBM-Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) v.24.0*. Primeiramente, os dados obtidos por meio dos questionários físicos e os obtidos pela plataforma *Google Forms* foram tabulados e codificados no MS Excel. Em seguida, os dados do MS Excel foram transferidos para SPSS. “O IBM-SPSS é um programa informático amigável e poderoso de apoio à estatística”. (PESTANA; GAGEIRO, 2014, p. 22)

No SPSS foram feitas: análise da confiabilidade de cada dimensão do instrumento, análise descritiva para caracterização da amostra, análise preliminar dos dados, comparação entre médias, por meio do teste t de *student*, e análise de correlações.

Com base no teste t de *student*, foi possível fazer comparações de médias entre dois grupos, como por exemplo, se a percepção de qualidade muda em cada uma das dimensões nos grupos de homens e mulheres. Nesse teste de hipótese, verifica-se se a média dos grupos é estatisticamente igual ou diferente, sendo considerado significativo todo resultado dado como “diferente” com significância igual ou inferior a 0,05. O teste t de *student* tem diversas variações de aplicação, mas sempre há a limitação do mesmo ser usado na comparação de duas (e somente duas) médias e as variações dizem respeito às hipóteses que são testadas. (ALVES, 2017). Por isso, para realização dessa análise, o conjunto de respostas referentes ao perfil para cada variável, foi agrupado e dividido em dois grupos. A seguir, serão descritas como resultou a divisão desses grupos para cada variável.

Para analisar a idade, os respondentes foram divididos pela média de ponto de corte de 25 anos, assim formaram-se dois grupos de respondentes, os que tinham até 25 anos e os com ou mais de 250 anos. A escolaridade do grupo dos respondentes também foi subdividida em dois grupos, nessa variável os respondentes foram separados entre aqueles que possuíam até o ensino médio completo, escolaridade exigente pela Empresa X, objeto desse estudo; e o outro grupo formado pelos respondentes que possuem uma escolaridade maior, onde estão incluídos: os que possuíam superior incompleto, superior completo ou pós-graduação. Quanto ao gênero, como estratégia para estatística descritiva percentual, foram considerados dois sexos: masculino e feminino. Em relação ao tempo de serviço dos respondentes, para fins de tabulação, dividiu-se os respondentes entre aqueles que estão na empresa há no máximo seis meses e aqueles que estão há mais tempo. Para analisar o estado civil, dividiram-se também os respondentes em dois grupos: aqueles que não têm cônjuge/companheiro: os solteiros, divorciados e viúvos e aqueles que são casados e/ou estão em união estável. A análise da percepção de QVT daqueles que possuem filhos, foi feita separando-se aqueles que não têm filhos e aqueles que possuem filhos, independente da quantidade.

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo são analisados os dados obtidos pela pesquisa a fim de alcançar o objetivo geral e os específicos, anteriormente traçados, ou seja, mensurar a percepção de QVT dos atendentes de *call center*, identificando o perfil desse atendente, verificando se há diferenças nas percepções dos atendentes de *call center* sobre a QVT, levando em consideração o seu perfil. Para tanto, os dados foram tabulados e apresentados por meio de tabelas, e analisados de acordo com o descrito na metodologia deste trabalho.

4.1 Perfil geral dos atendentes pesquisados

Os atendentes da Empresa X, que se propuseram a responder o questionário, foram em sua maioria mulheres, totalizando 70,88% dos respondentes; contra 29,12% que são homens. Já com relação ao fator determinante idade, considerando que os dados foram analisados pelo ponto de corte de 25 anos, no qual se obteve um total de 41,00% atendentes que possuem até 24 anos, e 59,00% atendentes com idade igual ou maior que essa. Quanto à escolaridade dos respondentes, 51,34% dos atendentes possuem apenas o ensino médio completo, e 48,67%, pertencem ao grupo de “outros”, onde estão agrupados aqueles que possuem nível de escolaridade superior incompleto, completo ou pós-graduação.

Ademais, dos atendentes que participaram da pesquisa, 72,41% não possuem filhos, enquanto dos restantes que possuem filhos, 20,69% deles possuem apenas um, 4,6% dois, e 2,3% três. No que diz respeito ao estado civil, 68,20% dos atendentes pertencem ao grupo daqueles que não tem cônjuge ou companheiro: solteiros, viúvos e divorciados, e 31,80% pertencem ao grupo aqueles que são casados ou vivem em união estável. Por fim, em relação ao tempo de serviço, 16,86% dos atendentes estão trabalhando na Empresa X a menos de seis meses, enquanto que 83,31% estão na empresa há mais tempo que isso.

4.2 Análise de confiabilidade

A confiabilidade dos instrumentos foi feita por meio do coeficiente alfa de *Cronbach*. Segundo Cortina (1993), o coeficiente alfa é certamente uma das ferramentas estatísticas mais importantes e difundidas em pesquisas envolvendo a construção de testes e sua aplicação. Por meio dele, é possível medir a confiabilidade do tipo consistência interna de uma escala, ou

seja, avaliar a magnitude em que os itens de um instrumento estão correlacionados. O valor mínimo aceitável para o alfa é 0,70; abaixo desse valor a consistência interna da escala utilizada é considerada baixa. Em contrapartida, o valor máximo esperado é 0,90; acima deste valor, pode-se considerar que há redundância ou duplicação, ou seja, vários itens estão medindo exatamente o mesmo elemento de um constructo; portanto, os itens redundantes devem ser eliminados. Usualmente, são preferidos valores de alfa entre 0,80 e 0,90 (STREINER, 2003). Na análise deste estudo, o resultado do alfa de *Cronbach* na escala total foi de 0,86, comprovando a confiabilidade da amostra.

4.3 Análise e mensuração da percepção dos atendentes sobre a QVT na Empresa

A Tabela 1 demonstra os resultados, que na sequência serão analisados, de acordo com a percepção dos atendentes de marketing sobre as dimensões da QVT, de acordo com o modelo de Walton.

Tabela 1 - Médias das dimensões de QVT

	CT	OCS	CJA	CONST	TETV	ISO	UDC	RSVT	Q22
Média	3,9	2,7	3,4	3,3	3,0	3,9	3,5	3,3	2,7
Des.Pad	,76	,95	0,79	,67	,86	,82	,79	,94	1,2
Mín.	1,0	1,0	1,3	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
Max.	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos dados da pesquisa, 2018.

4.3.1 Condições de trabalho (CT)

Ao analisar a média da dimensão condição de trabalho, observa-se que numa escala de 0 a 5, o resultado de 3,9 representa respostas que dizem existir boas condições de trabalho na Empresa X. Observa-se que a percepção sobre as condições de trabalho pode ser considerada de forma positiva para os respondentes. Os itens que faziam referência a essa dimensão, questionam sobre se o ambiente é agradável, higiênico e se propicia um melhor desenvolvimento das atividades, já que fatores como ruídos, iluminação e limpeza também foram questionados, por contribuírem para o bem estar desses trabalhadores.

4.3.2 Oportunidade de Crescimento e Segurança (OCS)

Quando questionados sobre oportunidade de crescimento na Empresa X e estabilidade no trabalho, a média obtida foi de 2,7. Isso demonstra que os atendentes de *call center* não visualizam positivamente essa dimensão de QVT na empresa. Isso pode acontecer devido ao fato da quantidade de atendentes de *call center* existentes na Empresa X, o que aumenta a concorrência para vagas que promovam de cargo; e a questão de segurança e/ou estabilidade no trabalho, pode ser justificada pela alta rotatividade, e pela cobrança referente a metas existentes na organização, que por muitas vezes são as justificativas da empresa para demissão de funcionários.

4.3.3 Compensação justa e adequada (CJA)

Sobre a compensação justa e adequada, que diz respeito a horários, premiações, salário e bonificações, a média de 3,4 demonstra relativa satisfação por parte desses atendentes. Uma das questões avalia se os atendentes estão satisfeitos com o plano de saúde oferecido pela empresa, o que divide a opinião desses sobre a satisfação, pois o plano tem um desconto fixo no salário, mas também são cobrados valores tabelados para alguns tipos de consultas e exames. Os critérios de premiações, que geralmente se referem a metas sobre alguma ação promocional, são bem avaliados pelos funcionários, pois a Empresa X junto a empresas parceiras sempre promovem ações que resultam em brindes e presentes para os atendentes, e possibilita que eles possam acompanhar seus resultados individuais por meio de um aplicativo para celular, o que também é avaliado por eles como satisfatório.

4.3.4 Constitucionalismo (CONS)

As questões que envolvem fatores referentes ao cumprimento de deveres e direitos por parte da empresa tiveram uma média de 3,3. Nesse conjunto de questões, fatores como cumprimento de horários, ritmo de trabalho e liberdade de opinião são avaliados. Os atendentes afirmam que o cumprimento de horário é um ponto positivo por parte da empresa, pois é respeitado rigorosamente, e as horas extras, quando necessárias, o atendente que escolhe se quer trabalhar ou não. O ritmo da empresa é considerado, por eles, puxado, porém é flexível devido ao regime de 6 horas e 20 de trabalho diário, o que possibilita conciliar com outras obrigações.

4.3.5 O trabalho e o espaço total de vida (TSTV)

Nessa dimensão, a média obtida de 3,0 pode ser considerada um nível intermediário de satisfação, onde os respondentes não manifestaram nem total insatisfação, nem satisfação. As questões dessa dimensão estão relacionadas ao prazer em executar a atividade, a satisfação dos familiares em relação à atividade executada pelo respondente e aos momentos de lazer propiciados pela empresa. Por meio do resultado, pode-se inferir que embora eles não estejam completamente satisfeitos, eles reconhecem que existem programas de QVT na empresa, com a finalidade de melhorar a qualidade de vida dos trabalhadores do setor de *call center*.

4.3.6 Integração social na organização (ISO)

Assim como os respondentes avaliaram bem as condições de trabalho da Empresa X, a média da dimensão sobre integração social também ficou em 3,9. No quesito relacionamento com os colegas de trabalho e com o superior, os atendentes avaliam como positivo. Apesar das horas trabalhadas serem corridas, os atendentes mantêm bons vínculos com os companheiros de trabalho.

4.3.7 Uso e desenvolvimento de capacidades (UDC)

Nas questões sobre conhecimento, treinamento, capacitação e orientações técnicas, a média de 3,5 demonstra a percepção de preocupação da empresa em prestar um bom serviço para os usuários. Pois, conforme análise dos atendentes, existe uma atenção contínua por parte da empresa para que os atendentes recebam treinamentos necessários para realizar a sua atividade com eficiência.

4.3.8 Relevância social da vida no trabalho (RSVT)

Essa dimensão está relacionada ao sentimento do atendente em relação a pertencer a Empresa X, se ela sente orgulho em ser funcionário da empresa; também pontua sobre a visão dele em relação à empresa e a sociedade, se ele consegue visualizar sua empresa com responsabilidade social. A média obtida de 3,3 pode demonstrar que esses funcionários estão caminhando para a satisfação em relação a essa dimensão. A Empresa X possui, segundo eles,

diversas ações que integram a sociedade, sendo a mais pontuada uma ação social em que a empresa desconta mensalmente, conforme autorização do atendente, um valor relativamente baixo – R\$ 2,00, e que idealiza projetos em datas comemorativas que beneficiam a sociedade mais carente.

4.3.9 Questão 22

Conforme descrito anteriormente, uma questão foi adicionada, embora fora do âmbito das oito dimensões do modelo de Walton, mas totalmente dentro do contexto, com a finalidade de analisar especificamente a percepção geral da QVT, onde questiona se o atendente considera que a Empresa X se preocupa com a QVT dos seus funcionários. Como média das respostas, obteve-se a pontuação de 2,7, o que teoricamente está relacionado a pouca satisfação em relação a essa questão. No ponto de vista geral, a percepção dos atendentes em relação a QVT, indica que existe pouco reconhecimento dos programas voltados a qualidade de vida do funcionário na Empresa X, e esses não são satisfatórios, no ponto de vista dos atendentes. O que se observa é que nas comparações entre os grupos, que veremos logo abaixo, a questão 22, relacionada a QVT, não teve médias estatisticamente significativas para os grupos com perfis separados, apenas para o grupo com tempo de trabalho superior a 6 meses, que pontuam na escala de *likert* significativamente menos que àqueles que possuem tempo inferior a 6 meses. Outro fato considerável na análise das médias, é que a média relacionada a QVT é semelhante a média referente a oportunidade de crescimento e segurança -2,7, o que pode estar associado as exigências da própria atividade sobre os resultados esperados, e, conseqüentemente, ao histórico da empresa de alta rotatividade de atendentes de *call center*.

4.4 Análise comparativa da percepção de QVT em relação as variáveis do perfil

A comparação de grupos de QVT foi separada pelos fatores determinantes relacionados ao perfil do atendente de *call center*. As oito dimensões do modelo de QVT de Walton são analisadas, incluindo a questão específica sobre QVT- questão 22, conforme apresentado nas tabelas a seguir.

4.4.1 Gênero

A variável gênero não apresentou diferença estatisticamente entre as médias em nenhuma das dimensões analisadas. Diante disso, observa-se que a percepção de QVT não está relacionada ao sexo do trabalhador, conforme mostra a Tabela 2.

Tabela 2 - Resultado da análise do teste t para as comparações entre gêneros

Group Statistics - GÊNERO					
GÊNERO		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Questão 22	MASCULINO	76	2,72	1,250	,143
	FEMININO	185	2,68	1,251	,092
CONDTRAB	MASCULINO	76	3,8816	,70491	,08086
	FEMININO	185	3,9423	,77649	,05709
OPORTCRES	MASCULINO	76	2,7697	1,00810	,11564
	FEMININO	185	2,7081	,92589	,06807
COMPJUST	MASCULINO	76	3,2982	,80476	,09231
	FEMININO	185	3,4505	1,27171	,09350
CONSTITUC	MASCULINO	76	3,3070	,69017	,07917
	FEMININO	184	3,2971	,65834	,04853
TRABESPAÇ	MASCULINO	76	2,8991	,81472	,09345
	FEMININO	185	3,0703	,87116	,06405
INTERSOC	MASCULINO	75	3,8200	,89155	,10295
	FEMININO	184	3,8859	,79308	,05847
USOCAPAC	MASCULINO	76	3,5000	,78410	,08994
	FEMININO	184	3,4982	,79004	,05824
RELEVSOC	MASCULINO	76	3,1776	,94764	,10870
	FEMININO	185	3,3297	,93508	,06875
COMPENSAÇÃO	MASCULINO	76	3,2982	,80476	,09231
	FEMININO	185	3,3802	,78495	,05771
CONSTITUCIONALISMO	MASCULINO	76	3,3070	,69017	,07917
	FEMININO	184	3,2935	,65997	,04865

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos dados da pesquisa, 2018.

4.4.2 Idade

Nesse subtópico comparou-se os grupos de atendentes de *call center* com até 25 anos e com idade igual ou superior a 25 anos. Com base nos dados observa-se que os atendentes com idades de até 25 anos, percebem a dimensão “relevância social da vida no trabalho” com média menores do que aqueles que possuem acima dessa idade. Também se encontra nesse grupo outra diferença entre as médias estatisticamente significativas, que é a dimensão “o trabalho e o espaço total de vida”, que está associado ao prazer de realizar as atividades laborais e a satisfação no trabalho. Nessa dimensão, os atendentes que possuem até 25 anos, analisam com médias menores as questões desse contexto, demonstrando mais insatisfação do que aqueles que possuem idade maior que 25.

Tabela 3 – Resultado da análise do teste t para a comparação entre idades

Group Statistics – IDADE					
IDADE		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Questão 22	>= 25	107	2,72	1,287	,124
	< 25	154	2,68	1,225	,099
CONDTRAB	>= 25	107	3,9938	,70187	,06785
	< 25	154	3,8766	,78932	,06361
OPORTCRES	>= 25	107	2,7150	,80127	,07746
	< 25	154	2,7338	1,04188	,08396
COMPJUST	>= 25	107	3,3396	,74814	,07233
	< 25	154	3,4524	1,37023	,11042
CONSTITUC	>= 25	107	3,3084	,64704	,06255
	< 25	153	3,2941	,68178	,05512
TRABESPAÇ*	>= 25	107	3,1558	,84093	,08130
	< 25	154	2,9264	,85834	,06917
INTERSOC	>= 25	106	3,7689	,85405	,08295
	< 25	153	3,9346	,79408	,06420
USOCAPAC	>= 25	106	3,4748	,74741	,07259
	< 25	154	3,5152	,81480	,06566
RELEVSOC*	>= 25	107	3,4486	,90318	,08731
	< 25	154	3,1721	,95037	,07658
COMPENSAÇÃO	>= 25	107	3,3396	,74814	,07233
	< 25	154	3,3680	,82020	,06609
CONSTITUCIONALISMO	>= 25	107	3,3084	,64704	,06255
	< 25	153	3,2898	,68366	,05527

* Diferença entre médias estatisticamente significativa

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos dados da pesquisa, 2018.

4.4.3 Escolaridade

A percepção da QVT observada na variável escolaridade teve médias estatisticamente diferentes para a dimensão “oportunidade de crescimento e segurança”, onde o grupo < (menor que) 2 é composto por aqueles que possuem o grau de escolaridade ensino médio completo e os >(maior que) e = (igual) a 2 são aqueles com grau de escolaridade acima de ensino médio completo. Na comparação do teste t, observa-se que o grupo <2 avalia melhor a Empresa X quanto às oportunidades que ela oferece de crescimento profissional para os atendentes. Dessa forma, os atendentes que possuem escolaridade de ensino médio, estão mais satisfeitos quanto a oportunidade e crescimento da Empresa X.

Tabela 4 - Resultado da análise do teste t para a comparação entre grupos com escolaridade diferentes

Group Statistics - ESCOLARIDADE					
ESCOLARIDADE		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Questão 22	Acima de Ens. Méd. Comp.	127	2,66	1,183	,105
	Ens. Méd. Completo	134	2,72	1,312	,113
CONDTRAB	Acima de Ens. Méd. Comp.	127	3,9790	,76836	,06818
	Ens. Méd. Completo	134	3,8731	,74232	,06413
OPORTCRES*	Acima de Ens. Méd. Comp.	127	2,5827	,92959	,08249
	Ens. Méd. Completo	134	2,8619	,95065	,08212
COMPJUST	Acima de Ens. Méd. Comp.	127	3,3123	,79099	,07019
	Ens. Méd. Completo	134	3,4950	1,41524	,12226
CONSTITUC	Acima de Ens. Méd. Comp.	127	3,2467	,72522	,06435
	Ens. Méd. Completo	133	3,3509	,60346	,05233
TRABESPAÇ	Acima de Ens. Méd. Comp.	127	2,9554	,85073	,07549
	Ens. Méd. Completo	134	3,0821	,86173	,07444
INTERSOC	Acima de Ens. Méd. Comp.	125	3,8960	,83593	,07477
	Ens. Méd. Completo	134	3,8396	,81018	,06999
USOCAPAC	Acima de Ens. Méd. Comp.	126	3,4497	,82335	,07335
	Ens. Méd. Completo	134	3,5448	,75098	,06488
RELEVSOC	Acima de Ens. Méd. Comp.	127	3,2717	,99952	,08869
	Ens. Méd. Completo	134	3,2985	,88241	,07623
COMPENSAÇÃO	Acima de Ens. Méd. Comp.	127	3,3123	,79099	,07019
	Ens. Méd. Completo	134	3,3980	,78995	,06824
CONSTITUCIONALISMO	Acima de Ens. Méd. Comp.	127	3,2467	,72522	,06435
	Ens. Méd. Completo	133	3,3459	,60637	,05258

* Diferença entre médias estatisticamente significativa

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos dados da pesquisa, 2018.

4.4.4 Filhos

A variável filhos, de acordo com o teste t, não teve relevância para a percepção de QVT dos atendentes. Assim, é possível afirmar que, para esse estudo a condição de ter filhos, ou não, não influencia na percepção dos atendentes.

Tabela 5 - Resultado da análise do teste t usando como referência a condição de possuir filhos

Group Statistics - FILHOS					
FILHOS		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Questão 22	Com filhos	72	2,81	1,360	,160
	Sem Filhos	189	2,65	1,205	,088
CONDTRAB	Com filhos	72	4,0185	,69401	,08179
	Sem Filhos	189	3,8889	,77643	,05648
OPORTCRES	Com filhos	72	2,6944	,83731	,09868
	Sem Filhos	189	2,7381	,99007	,07202
COMPJUST	Com filhos	72	3,3704	,76618	,09029
	Sem Filhos	189	3,4198	1,27494	,09274
CONSTITUC	Com filhos	71	3,2817	,63658	,07555
	Sem Filhos	189	3,3069	,67888	,04938
TRABESPAÇ	Com filhos	72	3,1157	,97409	,11480
	Sem Filhos	189	2,9841	,80797	,05877
INTERSOC	Com filhos	71	3,7535	1,01374	,12031
	Sem Filhos	188	3,9096	,73478	,05359
USOCAPAC	Com filhos	72	3,4213	,73157	,08622
	Sem Filhos	188	3,5284	,80685	,05885
RELEVSOC	Com filhos	72	3,3542	1,01203	,11927
	Sem Filhos	189	3,2593	,91179	,06632

COMPENSAÇÃO	Com filhos	72	3,3704	,76618	,09029
	Sem Filhos	189	3,3510	,80096	,05826
CONSTITUCIONALISMO	Com filhos	71	3,2817	,63658	,07555
	Sem Filhos	189	3,3034	,68047	,04950

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos dados da pesquisa, 2018.

4.4.5 Estado Civil

Assim como a variável filhos, o estado civil dos respondentes também não influencia com médias estatisticamente significativas na percepção de QVT desses atendentes de *call center*.

Tabela 6 - Resultado da análise do teste t comparando os grupos pelo estado civil

Group Statistics - ESTADO CIVIL					
ESTADO CIVIL		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Questão 22	Com Cônj./Compah.	83	2,70	1,313	,144
	Sem Cônj./Companh.	178	2,69	1,221	,092
CONDTRAB	Com Cônj./Compah.	83	3,9920	,70418	,07729
	Sem Cônj./Companh.	178	3,8933	,77821	,05833
OPORTCRES	Com Cônj./Compah.	83	2,7349	,91177	,10008
	Sem Cônj./Companh.	178	2,7219	,96838	,07258
COMPJUST	Com Cônj./Compah.	83	3,5261	1,67891	,18428
	Sem Cônj./Companh.	178	3,3502	,80431	,06029
CONSTITUC	Com Cônj./Compah.	82	3,3577	,72347	,07989
	Sem Cônj./Companh.	178	3,2734	,63890	,04789
TRABESPAÇ	Com Cônj./Compah.	83	3,1325	,89100	,09780
	Sem Cônj./Companh.	178	2,9682	,83826	,06283
INTERSOC	Com Cônj./Compah.	83	3,8795	,86810	,09529
	Sem Cônj./Companh.	176	3,8608	,80121	,06039
USOCAPAC	Com Cônj./Compah.	82	3,4146	,83569	,09229
	Sem Cônj./Companh.	178	3,5375	,76253	,05715
RELEVSOC	Com Cônj./Compah.	83	3,3193	1,01386	,11129
	Sem Cônj./Companh.	178	3,2697	,90528	,06785
COMPENSAÇÃO	Com Cônj./Compah.	83	3,3695	,76334	,08379
	Sem Cônj./Companh.	178	3,3502	,80431	,06029
CONSTITUCIONALISMO	Com Cônj./Compah.	82	3,3496	,72748	,08034
	Sem Cônj./Companh.	178	3,2734	,63890	,04789

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos dados da pesquisa, 2018.

4.4.6 Tempo de trabalho

Para analisar o tempo de trabalho dos atendentes dividiu-se em grupo de quem trabalha até 1 ano e meio na empresa, e o grupo daqueles que possuem mais tempo. Assim, ao comparar as respostas obtidas pelos grupos, observa-se que existe uma média significativamente relevante na questão específica sobre a percepção dos respondentes dos programas de QVT implantados na Empresa X. O grupo daqueles que possuem tempo superior a 1 ano e meio, representado por >(maior que) 1, teve uma percepção pior sobre

esses programas de QVT comparado ao grupo que possui menos tempo na empresa, o que pode significar que quanto maior o tempo do trabalhador na Empresa X, pior a sua avaliação sobre ela.

Tabela 7 - Resultado da análise do teste t comparando os grupos com tempo de trabalho diferentes

Group Statistics - TEMPO DE TRABALHO					
TEMPO DE TRABALHO		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Questão 22*	Acima de 6 meses	217	2,60	1,258	,085
	Até 6 meses	44	3,14	1,112	,168
CONDTRAB	Acima de 6 meses	217	3,9140	,77895	,05288
	Até 6 meses	44	3,9773	,63245	,09534
OPORTCRES	Acima de 6 meses	217	2,7028	,96124	,06525
	Até 6 meses	44	2,8409	,88772	,13383
COMPJUST	Acima de 6 meses	217	3,3902	1,22447	,08312
	Até 6 meses	44	3,4848	,73472	,11076
CONSTITUC	Acima de 6 meses	216	3,2963	,69376	,04720
	Até 6 meses	44	3,3182	,51817	,07812
TRABESPAÇ	Acima de 6 meses	217	2,9846	,86826	,05894
	Até 6 meses	44	3,1970	,78526	,11838
INTERSOC	Acima de 6 meses	215	3,8558	,82181	,05605
	Até 6 meses	44	3,9205	,82788	,12481
USOCAPAC	Acima de 6 meses	216	3,4676	,79141	,05385
	Até 6 meses	44	3,6515	,75382	,11364
RELEVSOC	Acima de 6 meses	217	3,2719	,96335	,06540
	Até 6 meses	44	3,3523	,81825	,12336
COMPENSAÇÃO	Acima de 6 meses	217	3,3303	,79994	,05430
	Até 6 meses	44	3,4848	,73472	,11076
CONSTITUCIONALISMO	Acima de 6 meses	216	3,2932	,69508	,04729
	Até 6 meses	44	3,3182	,51817	,07812

*Diferença entre médias estatisticamente significativa

Fonte: Elaborada pelo autor com base nos dados da pesquisa, 2018.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este capítulo apresenta as últimas considerações e conclusões sobre o estudo desenvolvido junto aos atendentes de *call center* e enfatiza os principais resultados e contribuições do estudo, as limitações da pesquisa, bem como as sugestões para o desenvolvimento de estudos futuros sobre o tema, aqui tratado.

5.1 Síntese dos principais resultados

Numa análise geral da percepção de todos os respondentes, observa-se pelas médias obtidas, que fatores como “condições de trabalho” e “integração social na organização”, obtiveram estatisticamente melhores médias, sendo 3,9 para ambos. O que significa que a Empresa X se empenha no processo de oferecer boas condições físicas e ambientais para os seus trabalhadores e propicia um ambiente em que as relações de amizade possam existir, talvez pelo fato de não haver competições, e sim projeções de resultados individuais.

Em contrapartida, a dimensão “oportunidade de crescimento e segurança” e a questão sobre QVT na Empresa X, foi a que obteve a menor média – 2,7, o que comprova que, embora a Empresa X dê muita oportunidade de inclusão no mercado de trabalho, não existe, na mesma proporção, oportunidade para crescimento dentro da empresa, já que a demanda maior é para o setor de *call center* da empresa. A percepção do funcionário da empresa sobre a QVT existente também não é considerada positiva, o que pode ser associado a cobrança pelo desempenho da função, pelo ritmo de trabalho acelerado e pela alta rotatividade que existe na empresa, o que levaria a acreditar que embora existam programas aplicados para que exista qualidade de vida dos atendentes, alguns deles não são tão eficazes no dia-a-dia, o que deixa o funcionário da empresa, por muitas vezes, desassistidos, principalmente, quanto a alguns fatores, como: manifestarem as suas insatisfações; serem liberados das atividades para participarem de projetos que envolvam a sociedade; superiores terem mais compreensão quanto a produtividade do trabalhador. Tudo isso está envolvido na percepção dele em relação a QVT e a Empresa X.

Ademais, quando analisado a percepção de QVT mediante as variáveis do perfil sócio demográfico, foi percebido que os fatores que influenciam a percepção do atendente sobre a QVT foram o tempo de trabalho, a idade e a escolaridade.

A variável tempo de trabalho aponta que conforme o atendente permaneça por mais tempo na empresa, a sua percepção sobre os programas de QVT da Empresa X diminui em

relação aos recém contratados, que são aqueles que possuem um tempo de até seis meses na Empresa X. O que pode ser justificado pelo número de jovens que são contratados como primeiro emprego que oferece a oportunidade desses jovens inexperientes de ingressar no mercado de trabalho por meio da atividade do *call center*. Porém, devido aos problemas enfrentados na profissão, incluindo baixa remuneração, falta de reconhecimento e de oportunidade de crescimento, perdem o interesse pelo serviço e se tornam insatisfeitos, não visualizando mais o QVT nos programas em que estão envolvidos.

Sobre a variável idade, foram obtidas diferenças significativas para as dimensões “o trabalho e o espaço total de vida” e para “integração social na organização”, a análise feita demonstrou que os atendentes com idade menos que 25 anos, pontuaram menos as questões relacionadas ao sentimento de orgulho em pertencer a Empresa X e a visão sobre a empresa e a sociedade; os que possuem idade a partir de 25 anos, já enxergam a empresa de uma outra forma, esses sentem mais satisfação com a atividade realizada e reconhecem, mais positivamente, o empenho da empresa com projetos voltados para a sociedade. As pessoas com idades maiores, provavelmente, entrem na Empresa X com alguma(s) experiência(s) profissionais, o que pode justificar outra visão sobre a atividade *de call center*, para alguns deles, a oportunidade de recolocação no mercado de trabalho, com idade entre 40, 50 e até 60 anos, traz o reconhecimento à empresa pela oportunidade, e melhor aproveitamento aos seus programas implantados.

Quanto à escolaridade, após analisados os grupos, verificou-se que ambos as médias são considerados baixas para a dimensão “oportunidade de crescimento e segurança”, o que demonstra que todos os atendentes não visualizam na Empresa X oportunidade de promoção de cargo, assim como estabilidade na empresa. O grupo que possui ensino médio completo comparado àqueles que possuem escolaridade de níveis maiores, analisam com pontuações ainda mais baixas do que os demais, o que pode ser reflexo das oportunidades de promoções serem destinadas as pessoas com alguma graduação ou especialização na área ofertada.

Quando analisado de modo geral, englobando todas as variáveis e as dimensões estudadas, foi verificado que os resultados obtidos coincidem e às vezes se chocam com os resultados de outros estudos. Dessa forma, o fator idade coincidiu com o que já foi citado anteriormente, visto que dentre as oito dimensões avaliadas, os entrevistados que pertencem ao grupo de pessoas mais velhas, analisam positivamente melhor a Empresa X do que aqueles que possuem menos de 25 anos. Assim, de acordo com a afirmação de Clark (1996), de que os trabalhadores mais jovens tendiam a revelar-se menos satisfeitos do que os seus colegas mais velhos, pode se aplicar também a este estudo.

A variável escolaridade também influenciou na análise deste estudo, fazendo jus a afirmação de Brito et al.(2015), que defenderam que quanto maior o nível de escolaridade, maior a percepção de QVT dos trabalhadores. Sobre o tempo de trabalho, o resultado de médias obtidas contraria o argumento de Rodrigues (1997), que relaciona o aumento de tempo de serviço às percepções mais positivas em relação aos programas de QVT na empresa, já que na avaliação específica deste estudo, os atendentes com menos tempo de trabalho conseguiam ter melhor percepção sobre os programas de QVT na Empresa X. As variáveis: gênero, estado civil e filhos, não tiveram médias significativamente diferentes, o que indica que a percepção de QVT independe desses fatores.

Conclui-se então, após a análise dos resultados pelo programa SPSS, e as comparações dos grupos feitas pelo teste t, em que resultaram em médias estatisticamente significativas para determináveis variáveis, que os fatores do perfil do atendente de *call center* que influenciam na percepção da QVT na Empresa X são idade, escolaridade e tempo de serviço. Onde a idade influencia a percepção sobre o trabalho e espaço total de vida e relevância social na vida no trabalho; a escolaridade influencia a percepção sobre oportunidade de crescimento e segurança; e o tempo de serviço irá influenciar diretamente na percepção sobre Qualidade de Vida na Empresa X.

5.2 Limitações do estudo

Embora tenha alcançado seu objetivo, este estudo tem suas limitações, uma delas foi a dificuldade de aplicar o questionário na empresa estudada, pois a mesma não autorizou a abordagem interna dos atendentes. Então, foi necessário fazer uma abordagem na frente da empresa e em locais de convivência pelas redondezas do local, o que acarretava em incômodo no momento da aplicação do questionário. Para solucionar esse problema, foi criado e enviado pelas redes sociais um questionário formulado pelo *google forms*, sendo preciso enviar os questionários diversos vezes.

Por fim, o estudo apresentou resultados apenas de uma unidade de *call center*, pois na cidade de Mossoró, local da empresa estudada, não existe mais empresas desse setor. Analisar mais unidades ou empresas no estudo seria ideal para que pudesse ser feita uma análise comparativa entre elas, definindo quais apresentariam melhores resultados.

5.3 Recomendações para estudos futuros

O presente estudo teve como objetivo identificar os fatores do perfil do atendente de telemarketing em uma empresa de *call center*, localizada em Mossoró/RN, que podem influenciar na sua percepção da Qualidade de Vida no Trabalho. Diante dos resultados, sugere-se que sejam realizadas pesquisas com mais de uma unidade ou empresa de *call center* para que possa ser realizado uma comparação de resultados, além de realizar o estudo com trabalhadores da Empresa X que ocupem outra função, com a finalidade de realizar um comparativo entre os atendentes e os demais trabalhadores. Também pode-se fazer comparativo entre empresas de *call center* de cidades, estados e/ou regiões diferentes, que permitirá obter uma visão mais contextualizada sobre a QVT e a atividade realizada.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, L. G.; LIMONGI-FRANÇA, A. C. **Estratégias de recursos humanos e gestão da qualidade de vida no trabalho**: o stress e a expansão do conceito de qualidade total. Revista de Administração. São Paulo, abr./jun 1998, v. 33, n. 2, p. 40-51.

ALBUQUERQUE, V. A. **A avaliação do nível de qualidade de vida dos servidores técnicos administrativos de uma instituição de ensino superior**: estudo de caso. 2013. 162 f. Tese (Pós-Graduação em Engenharia de Produção) – Universidade Federal da Paraíba, 2013.

Amorim, T. G. (2010). **Qualidade de vida no trabalho**: Preocupação também para servidores públicos? Revista Eletrônica de Ciência Administrativa (RECADM), 9 (1), 35-48

AMORMINO, Salvador Alberto. **Qualidade de vida no trabalho dos operadores de telemarketing em call center**: um estudo de caso em um laboratório de análises clínicas. 2011. 121 f. Dissertação (Mestrado – Profissional em Administração) - Curso de Administração, Gestão da Inovação e Competitividade, Fundação Pedro Leopoldo, Pedro Leopoldo, 2011. Disponível em: <http://www.fpl.edu.br/2018/media/pdfs/mestrado/dissertacoes_2011/dissertacao_salvador_alberto_amormino_2011.pdf>. Acesso em 05 de jan. 2018.

BITTENCOURT, Mônica Sommer; CALVO, Maria Cristina Marino; REGIS FILHO, Gilsée Ivan. Qualidade de vida no trabalho em serviços públicos de saúde: um estudo de caso. **Rfo**: Revista da Faculdade de Odontologia, Passo Fundo, v. 12, n. 1, p.21-26, janeiro/abril 2007.

BRASIL. Portaria Secretaria de Inspeção do Trabalho/Departamento de Segurança e Saúde no Trabalho, nº 09 de 30 de março de 2007. **Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil**, Poder Executivo, Brasília, DF, 02 abr. 2007. Disponível em.... Acesso em...

BRESSERT, S. **The impact of stress**. 2006. Disponível em: <<https://psychcentral.com/lib/the-impact-of-stress/>>. Acesso em: 05 jan. 2018.

BRITO, Lucas Charão et al. AVALIANDO AS RELAÇÕES ENTRE ABORDAGEM BIOPSISSOCIAL DE QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO E A SÍNDROME DE BURNOUT. **Gestão & Regionalidade**, São Caetano do Sul, v. 31, n. 93, p.21-34, 26 nov. 2015. USCS Universidade Municipal de São Caetano do Sul. <http://dx.doi.org/10.13037/gr.vol31n93.2913>. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/pdf/1334/133442805003.pdf>>. Acesso em: 21 jul. 2018.

CHANG, L. A. A psychometric evaluation of 4-point and 6-point Likert-type scale in relation to reliability and validity. Appl Psychol Meas. n. 18, v. 2, p. 05-15, 1994.

Charão Brito, Lucas; Hennig Silva, Andressa; Souto Bolzan Medeiros, Flaviani; Obregon, Sandra Leonara; Dias Lopes, Luis Felipe ANÁLISE DE CORRESPONDÊNCIA ENTRE A ABORDAGEM BIOPSISSOCIAL E ORGANIZACIONAL DA QVT COM AS DIMENSÕES DA SÍNDROME DE BURNOUT **Gestão & Regionalidade**, vol. 31, núm. 93, septiembre-diciembre, 2015, pp. 21-34 Universidade Municipal de São Caetano do Sul São Caetano do Sul, Brasil

Clark, A.E. (1996). Job Satisfaction in Britain. *British Journal of Industrial Relations*, 34(2), 89-217.

Warr, P. (1992). Age and occupational well-being, *Psychology and Aging*, 7, 37-45.

Comer, L. B.; Drollinger, T. Active empathetic listening and selling success: A conceptual framework. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, pag. 15-29, 1999.

COMMUNICATIONS WORKERS OF AMERICAN. **Occupational stress and the workplace**. 2013. Disponível em: <<https://www.cwa-union.org/national-issues/health-and-safety/health-and-safety-fact-sheets/occupational-stress-and-workplace>>. Acesso em 05 jan. 2018.

CORDEIRO, B. K. **O trabalho em Call center: A saúde do trabalhador e sua relação com a atividade**. 2011. Mestrado em Psicologia, Universidade Federal de Fluminense, Niterói, 2011.

CÔRREA, R.A.A. Qualidade de vida, qualidade do trabalho, qualidade do atendimento público e competitividade”. *Revista de Administração Pública*, Rio de Janeiro, v. 27, pp. 113-123, 1993.

CORTEZ, H. B. T. **Qualidade de vida no trabalho sob a ótica da macroergonomia**. 2004. 119 f. (Dissertação) Mestrado em Engenharia de Produção – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2004.

CORTINA, J. M. What is coefficient alpha? An examination of theory and applications. *Journal of Applied Psychology*. v. 78, p. 98-104. 1993

Costa CSN, Freitas EG, Mendonça LCS, Alem MER, Coury HJCG. Capacidade para o trabalho e qualidade de vida de trabalhadores industriais. *Cien Saude Colet* 2012; 17(6):1635-1642.

DEJOURS, C.; ABDOUCHELI, E.; JAYET, C. **Psicodinâmica do trabalho: contribuições da escola dejouriana à análise da relação prazer, sofrimento e trabalho**. São Paulo, Atlas, 1994.

DINIZ, Luciene Laranjeira. Qualidade de vida no trabalho: estudo em empresas do setor calçadista da Paraíba. 2010 152 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Centro de Tecnologia, Universidade Federal da Paraíba, 2010.

Eichinger, J. Job stress and satisfaction among special education teachers: Effects of gender and social role orientation. *International Journal of Disability, Development and Education*, 47(4), 397- 412, 2000.

FERREIRA, A. Antônio; REIS, Ana C. F.; PEREIRA, Maria I. **Gestão empresarial de Taylor aos nossos dias: evolução e tendências da moderna administração**. São Paulo: Pioneira, 1999.

FREITAS, P; SOUZA, R. **Um modelo para avaliação da qualidade de vida no trabalho em universidades públicas**. *Sistemas & Gestão*, Rio de Janeiro, v. 4, n. 2, p. 136-154, maio/ago. 2009. Disponível em: <<http://www.revistasg.uff.br/index.php/sg/article/viewFile/V4N2A4/V4N2A4>>. Acesso em 04 de jan. 2018.

FREITAS, André Luís Policani; SOUZA, Renata Guarino Bastos de. Um modelo para avaliação da qualidade de vida no trabalho em universidades públicas. Disponível em: <<https://periodicos.uffpr.edu.br/rbqv/article/view/1382>>. Acesso em: 15 de junho de 2018.

FREITAS, André Luís Policani; SOUZA, Renata Guarino Bastos de. Um modelo para avaliação da qualidade de vida no trabalho em universidades públicas. Revista Eletrônica Sistemas & Gestão, v.4, n.2, p.136-154, maio- agosto de 2009. Disponível em: <<http://www.uff.br/sg/index.php/sg/article/viewFile/V4N2A4/V4N2A4>>. Acesso em: 30 de maio de 2018.

GANESH, S.; GANESH, M. P. Effects of masculinity-femininity on quality of work life. Gender in Management: An International Journal, v. 29, n. 4, p. 229-253, 2014.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. – 8. reimpr. – São Paulo: Atlas, 2007.

HOLMAN, D.; FERNIE, S. **Can I help you? Call centres and job satisfaction**. 2000. LSE.

HONORATO, A. E. O. **Stress ocupacional entre os atendentes de telemarketing de um contact center em Mossoró-RN**. 2017. 35º Encontro Nacional de Engenharia de Produção, Fortaleza, 2017.

JACQUES, M.G.; CODO, V. **Saúde mental & trabalho**. Petrópolis, RJ, Vozes, 2002.

KAUARK, F. S.; MANHÃES, F. C.; SOUZA, C. H. M. **Metodologia da pesquisa**: um guia prático. Itabuna: Via litterarum, 2010.

KENDALL, E. et al. **Occupational stress**: factors that contribute to its occurrence and effective management. Western Australia: WorkCover Western Australia, 2000.

KERSTENETZKY, J. **Organização empresarial em Alfred Marshall**. Estudos Econômicos, São Paulo, v.34, n.2, p.369-392, abr./jun. 2004. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/ee/article/view/35819>> . Acesso em 04 jan. 2018.

LE GUILLANT, L. A neurose das telefonistas. In: Revista Brasileira de Saúde Ocupacional. n. 47, v.12, 1984, p.7-11.

LEHR, U. A revolução da longevidade: impacto na sociedade, na família e no indivíduo. Estudo Interdisciplinar Envelhecimento, v. 1, p. 7-36, 1999.

LEKA, S.; GRIFFITHS, A.; COX, T. **Work organization and stress**: systematic problem approaches for employers, managers and trade union representatives. Geneva: World Health Organization, 2004.

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. 217 p.

MANCINI, L. **Call center**: Estratégia para vencer. São Paulo: Summus Editorial, 2011. 172 p. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?hl=pt->

[BR&lr=&id=bnerdWKmXzgC&oi=fnd&pg=PA7&dq=conceito+de+call+center&ots=P5M1eSlR52&sig=wXWmyfx2OVVPktpMpCrpb1nAaUA#v=onepage&q&f=false](http://www.bnerdWKmXzgC&oi=fnd&pg=PA7&dq=conceito+de+call+center&ots=P5M1eSlR52&sig=wXWmyfx2OVVPktpMpCrpb1nAaUA#v=onepage&q&f=false)>. Acesso em 04 jan. 2018.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia do trabalho científico**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MEDINA, C. **Qual o é tamanho da amostra que eu preciso?** 2013. Disponível em: <<http://www.netquest.com/br/blog/qual-e-o-tamanho-de-amostra-que-preciso/>>. Acesso em: 30 jun. 2018.

MELO, Márcia Borges de; BARBOSA, Maria Alves; SOUZA, Paula Regina de. Job satisfaction of nursing staff: integrative review. **Revista Latino-americana de Enfermagem**, [s.l.], v. 19, n. 4, p.1047-1055, ago. 2011. FapUNIFESP (SciELO).

Ministério do Trabalho e Emprego - MTE. Recomendação Técnica nº 01, de 23 de março de 2005. RECOMENDAÇÃO TÉCNICA DSST Nº 01 /2005. **Segurança e Saúde nas Atividades de Teleatendimento**. Disponível em: <http://www.ergonet.com.br/download/recomendacao_01_2005.pdf>. Acesso em 04 jan. 2018.

NARCISO, A. **Google Forms permite criar os seus próprios temas!** 2014. Disponível em: <<http://pplware.sapo.pt/internet/google-forms-permite-criar-os-seus-proprios-temas/>>. Acesso em: 01 de jul. 2018.

JOSÉ ARIMATÉS DE OLIVEIRA (Rio Grande do Norte). **Qualidade de vida e saúde no trabalho no serviço público estadual**: Experiência e reflexões dos servidores do Rio Grande do Norte. Natal: Edufrn, 2009. 232 p.

Organização Mundial de Saúde. Organização Pan-americana da Saúde (Org.). **Qualidade de Vida no Trabalho**: Qualidade de Vida no Trabalho. Disponível em: <https://www.paho.org/bra/index.php?option=com_content&view=article&id=1394:qualidade-de-vida-no-trabalho&Itemid=685>. Acesso em 21 mai. 2018.

PONTE, J. P. **Estudos de caso em educação matemática**. Bolema, 25, 105- 132, 2006.

PORTAL CALL CENTER. **Estudos atualizam dados sobre o mercado de trabalho do call center**. 2014. Disponível em: <<http://g1.globo.com/concursos-e-emprego/noticia/2012/10/telemarketing-emprega-14-milhao-no-pais-veja-como-e-o-trabalho-no-setor.html>>. Acesso em 05 jan. 2018.

PRESTON, Carolyn C. e COLEMAN, Andrew M. Optimal number of response categories in rating scales: reliability, validity, discriminating power, and respondent preferences. *Acta Psychologica*. n. 104, p. 1-15, 2000

PRODANOV, Cléber Cristiano; FREITAS, Ernani Cezar de. **Metodologia do trabalho científico**: Métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Universidade Feevale, 2013. 277 p. Disponível em: <<https://www.passeidireto.com/arquivo/22368797/prodanov-cleber-freitas-ernani-metodologia-do-trabalho-cientifico-recurso-eletro>>. Acesso em 29 jun. 2018.

QUINTANILHA, L. O contact center tenta se reinventar com mais qualificação. **Revista Você S/A**, 7 nov. 2013. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/revista-voce-sa/edicoes/186/noticias/o-novo-contact-center-3>>. Acesso em: 20 jul. 2018.

RICHARDSON, R.J. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 2014.

ROBBINS, S. P. (1999). **Comportamento Organizacional**. 8ª edição. Rio de Janeiro: LTC.

ROBBINS, S. P. **Comportamento organizacional**. 11ª edição. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

RODRIGUES, M. V. C. (1991) - **Qualidade de Vida no Trabalho: evolução e análise no nível gerencial**. UNIFOR, Fortaleza.

RODRIGUES, M. V. **Qualidade de Vida no Trabalho: Evolução e análise no nível gerencial**. 14. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2014. 206 p.

RODRIGUES, Reinaldo Luan. **ANÁLISE DA QV E QVT EM FUNCIONÁRIOS DE UMA INDÚSTRIA METALÚRGICA DE PEQUENO PORTE DE PONTA GROSSA - PR**. 2013. 53 f. Monografia (Especialização) - Curso de Especialização em Engenharia de Produção, Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Ponta Grossa, 2013. Disponível em: <http://repositorio.roca.utfpr.edu.br/jspui/bitstream/1/7428/1/PG_CEEP_2013_1_29.pdf>. Acesso em: 21 jul. 2018.

RODRIGUES, Cláudia Medianeira Cruz. **Qualidade de vida no trabalho (qvt) e sua influência na filosofia de qualidade total: estudo realizado a nível gerencial em indústrias frigoríficas**. In: encontro nacional de engenharia de produção, 14., 1997, Cruz Alta. **Anais...** João Pessoa: Abepro, 1997.

ROSALINO, C. B.; BARDAGI, M. P. **Percepções de funcionários de uma empresa de transporte urbano sobre qualidade de vida no trabalho**. Santa Cruz do Sul, n. 29, 2008.

RUYTER, K.; WETZELS, M.; FEINBERG, R. **Role stress in call centers: its effects on employee performance and satisfaction**. Journal of Interactive Marketing, v. 15, n. 2, 2001.

SAKAMOTO, K. **Como implementar um call center**. São Paulo: Happy Few, 2001.

SAKAMOTO, L. **Teles e bancos superexploram operadores de telemarketing, aponta MTE**. 2014. Disponível em: <<https://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br/2014/12/23/teles-e-bancos-superexploram-operadores-de-telemarketing-aponta-mte/>>. Acesso em: 06 jan. 2018.

SILVA, G. C. R. F. **O Método científico na psicologia: abordagem qualitativa e quantitativa**. 2010. Disponível em: <<https://www.psicologia.pt/artigos/textos/A0539.pdf>>. Acesso em 25 Fev. 2018.

SILVA, A. P. P. **Relação entre o perfil sócio demográfico e a qualidade de vida no trabalho dos servidores técnicos administrativos da UFERSA**. 2015. 70 p. Monografia

(Bacharel em Administração) - Universidade Federal Rural do Semi-Árido – UFERSA, Mossoró, 2015.

SILVA, F. S. C. da; MOCELIN, D. G. **Satisfação com o emprego em call centers:** Novas Evidências sobre o emprego trampolim. Revista Psicologia, v. 9, n. 2, p. 60-71, 2009.

SLOANE P, Williams H. Job satisfaction, comparison earnings and gender. Labour. 2000; 14:473-502.

STONE, B.; WYMAN, J. **Telemarketing:** A bíblia do telemarketing. São Paulo: Nobel, 1992. 229 p. Tradução de Felipe Rajabally e Gilda Stuart. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=&id=uSQ96OT3tQMC&oi=fnd&pg=PR11&dq=conceito+de+telemarketing&ots=YsTYjeqWn&sig=G62D4Q3j4bdjYC_MZZP0r_TWYLk#v=onepage&q=conceito%20de%20telemarketing&f=false> . Acesso em 03 jan. 2018.

STREINER, D. L. Being inconsistent about consistency: when coefficient alpha does and doesn't matter. Journal of Personality Assessment. v. 80, p. 217-222. 2003.

ZANELLI, J. C. (Org.). **Estresse nas organizações de trabalho:** compreensão e intervenção baseada em evidências. Porto Alegre: Artmed, 2010.

ANEXO

Pesquisa - Qualidade de Vida no Trabalho (QVT)

Este questionário avalia a percepção dos trabalhadores sobre a sua QVT. Pedimos a colaboração de cada um para responder as questões com sinceridade. Isso não levará mais do que 10 minutos do seu tempo.

Obrigada pela sua participação!

PARTE 1. PERFIL DO ENTREVISTADO:

Gênero: () Masculino () Feminino

Idade (anos completos): _____ anos

Estado civil:

() solteiro (a) () viúvo (a)
() casado (a) / companheiro(a) / união estável () divorciado (a) / separado (a) / desquitado (a)

Quantidade de filhos: _____

Escolaridade:

() Ensino médio completo () Superior completo
() Ensino médio incompleto () Superior incompleto () Pós-graduado

Tempo de Trabalho (anos e meses completos): _____ ano(s) e _____ mese(s)

PARTE 2: CADA QUESTÃO CONTÉM CINCO ALTERNATIVAS, VOCÊ DEVE ESCOLHER E MARCAR UM (X) APENAS EM UMA ALTERNATIVA CORRESPONDENTE AO CONCEITO DE CADA ASPECTO ABAIXO INDICADO.

1 – Discordo totalmente; 2 – Discordo; 3 – Nem discordo, nem concordo; 4 – Concordo; 5 – Concordo totalmente

Nº	QUESTÕES	1	2	3	4	5
01	Fatores como a limpeza e a organização existentes em seu ambiente de trabalho permitem que você realize suas tarefas com mais aconchego e praticidade (facilidade).					
02	As condições ambientais existentes no seu trabalho como a iluminação, ruídos, a temperatura, entre outros aspectos são favoráveis ao seu desempenho e bem-estar no trabalho.					
03	A empresa que você trabalha tem a preocupação de fornecer todos os equipamentos de proteção (EPI's) necessários à realização da sua tarefa, conscientizando cada um da importância e da obrigatoriedade do uso destes EPI's.					
04	A empresa a qual você faz parte reconhece e valoriza o seu trabalho continuamente.					
05	Os benefícios que você recebe estão de acordo com a função que você exerce deixando-o assim satisfeito.					
06	A empresa prioriza que o seu horário de trabalho seja cumprido de acordo com a jornada estabelecida pela CLT, sem que você trabalhe horas a mais.					
07	Você considera o ritmo de trabalho da empresa puxado para a realização das suas tarefas.					
08	A empresa oferece assistência à sua saúde contribuindo com planos de saúde, odontológico, assistência social, entre outros.					
09	A empresa passa segurança para você quanto a sua permanência no emprego.					
10	Existe na empresa políticas de premiação, recompensando você pelo seu desempenho.					
11	A repercussão de seu trabalho perante a sua família é bastante satisfatória, pois eles acham que a empresa que você trabalha é muito boa para o seu crescimento profissional e pessoal.					
12	Na empresa, você considera o relacionamento com seus colegas de trabalho muito bom, pois o ambiente de trabalho é bastante propício à harmonia entre os funcionários.					
13	A empresa proporciona lazer e entretenimento para os funcionários, como encontros informais em área de lazer, incentivos ao esporte, comemorações envolvendo toda a família, etc.					
14	Você sente prazer em realizar suas tarefas na empresa.					
15	Na empresa, você tem a liberdade de expressar suas ideias, dá sugestões quanto ao seu trabalho, manifestar suas insatisfações, etc.					
16	A empresa oferece programas de treinamento e capacitação, proporcionando a você maior engajamento com as pessoas e mais qualidade na realização do seu trabalho.					
17	A empresa fornece todas as informações necessárias sobre o trabalho que você tem que realizar (Como fazer, em quanto tempo, quais os métodos a serem utilizados, etc.).					
18	Você sente orgulho de trabalhar nesta empresa, pois ela lhe dar motivos para isso.					
19	A empresa se preocupa com a sua responsabilidade social, principalmente com o desenvolvimento da comunidade onde está localizada.					
20	Na empresa, o seu superior tem a preocupação de lhe passar todas as orientações técnicas para melhorar seu trabalho, existe uma relação harmoniosa entre vocês.					
21	Na empresa, no que diz respeito à tomada de decisões nas equipes de trabalho, todos os membros têm a mesma oportunidade de dar sua contribuição na solução de algum problema.					
22	Você considera que a empresa se preocupa com a sua qualidade de vida no seu trabalho, pois ela procura fazer de tudo para que você se sinta motivado e ter um bom desempenho.					