

QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO ESTIMULA RESULTADOS NA INDÚSTRIA GRÁFICA

Enio Tadashi Nose – Universidade Anhanguera de Osasco/SP
noseenio@uol.com.br

Fábio Silva de Assis – Universidade Anhanguera de Osasco/SP
fabiosilvadeassis@gmail.com

Marco Antônio Cordeiro – Universidade Anhanguera de Osasco/SP
marco.cordeiro@anhanguera.com

Alessandro Marco Rosini – Universidade Anhanguera de Osasco/SP, Centro Universitário Várzea Grande - UNIVAG/MT
alessandro.rossini@yahoo.com

Angelo Palmisano, Centro Universitário Várzea Grande - UNIVAG/MT
angelopalmisano@uol.com.br

RESUMO

O artigo apresentado é um estudo de caso da Follow Up, que é um dos maiores parque gráfico do Estado de São Paulo, com propósito de analisar se existe conflito na convivência das gerações Baby Boomers, X, Y, Z e Alpha, insatisfação em relação ao trabalho em locais de insalubridade e periculosidade, à temperatura, movimentação de empilhadeiras, armazenamentos no local de trabalho inadequado, rotatividade, falta de lugar de descanso após as refeições, tem diante da organização o desafio de trazer a Qualidade de Vida no Trabalho, e assim alinhar com sua missão, visão e valores. Dentro das estratégias adotadas após o crescimento do seu polo gráfico e mudança de layout, em suas novas instalações, e com o intuito de levar a melhoria contínua tendo em vista os resultados obtidos em pesquisa com os colaboradores foi definida algumas ferramentas de gestão que proporcionou as tomadas de decisão mais adequada em relação à retenção de talentos com a satisfação e desenvolvimento pessoal de cada indivíduo, pois envolvem vários aspectos como psicológico, físico, social e ter por base todas as reivindicações realizadas por seus colaboradores insatisfeitos com suas atividades em locais insalubres ou periculoso. Portanto o objetivo é criar um planejamento estratégico, com alguns benefícios e tornar a equipe mais competitiva entre si, para cada colaborador obter seu crescimento, pessoal, profissional em um ambiente equilibrado e satisfatório reduzindo a rotatividade para facilitar e atingir a obtenção de lucro, pois ter gastos com a Qualidade de Vida no Trabalho em longo prazo na verdade é investimento.

PALAVRAS-CHAVE: Gerações Baby Boomers, X, Y, Z e Alpha; Qualidade de Vida no Trabalho; Ferramentas de Gestão.

Data de Aceite: 28/02/2019

Data de Publicação: 30/07/2019

INTRODUÇÃO

Em busca de resultados as organizações vêm apostando na Qualidade de Vida no Trabalho de seus colaboradores. Capacitá-las não é um custo ou perda de tempo e sim um investimento diante o rendimento e capacitação de suas tarefas se tornando mais motivado, alinhando com a missão, visão e valores nas atividades das áreas a que estão inseridas.

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. (OPAS/OMS, 2008)

Estratégias adotadas para valorização do seu capital humano são adotadas para revolucionar e alinhar metas e objetivos da organização. Tendo como base a satisfação e desenvolvimento pessoal de cada indivíduo, visão estratégica de cada gestor para explorar seu lado individual e tornar uma equipe competitiva.

Na era da informação, lidar com pessoas deixou de ser um problema e passou a ser a solução para as organizações. Deixou de ser um desafio e passou a ser as vantagens competitivas para as organizações bem-sucedidas. O capital financeiro deixou de ser o recurso mais importante, cedendo lugar ao conhecimento. O trabalho manual (enfocado na administração científica) foi substituído pelo trabalho mental. As pessoas e seus conhecimentos e habilidades, passam a ser a principal base da nova organização. A antiga administração de recursos humanos cedeu lugar a uma nova abordagem: Gestão de Pessoas. (DRUCKER, 2013).

Segundo Taylor a administração científica era uma revolução mental, uma revolução na maneira de encarar o trabalho, e as responsabilidades em relação à empresa e aos colegas. (MAXIMIANO, 2005, p.60)

Ano após anos jovens iniciam no mercado de trabalho em busca de organizações na qual a oferta da Qualidade de Vida esteja mais flexível, mas para cada pessoa é utilizado um peso diferentes que envolvem aspectos psicológicos, físico, emocional e social.

A pesquisa apresentada é um estudo de caso de um dos maiores parques gráfico do estado de São Paulo, diante do seu crescimento realizou melhorias na ampliação do seu pólo, com o nome fictício Follow Up parque gráfico.

Na década de 50 surgiu na Inglaterra o movimento (QVT) Qualidade de Vida no Trabalho, apenas dez anos após iniciou o fortalecimento da ideia de que para um profissional atingir sua melhor produtividade existe a necessidade de melhorias. Criar mecanismos no qual o planejamento estratégico acredita ser o ideal para atingir seu objetivo pessoal, profissional e obtenção de lucro por parte da organização.

Benefícios na implantação da Qualidade de Vida no Trabalho para os colaboradores na retenção e na disponibilização de talentos, para organizações no crescimento da empresa em seu ramo de atuação preocupadas em ser tornar atraentes e competitivas. (FRANÇA, 2003)

Os trabalhadores buscam a Qualidade de Vida, e quando não encontram em uma organização, vão em busca de outras que possam satisfazê-los. Quando isso ocorre a empresa muitas das vezes que não oferece a Qualidade de Vida suficiente em suas condições de trabalho por acreditarem que é um gasto desnecessário, acabam gerando gastos maiores com novas seleções, contratações e treinamento. (CARVALHO et al, 2017).

Existe claramente uma diferença no pensamento, atitude e satisfação na Qualidade de Vida no Trabalho nos profissionais da Follow Up, nas gerações Baby Boomers, X, Y, Z e Alpha diante da proposta ofertada e disponibilizada pela organização. Enquanto a geração Baby Boomers buscam realizar suas atividades atingindo suas metas as demais gerações buscam a qualidade de vida.

Essa diferença entre gerações no mesmo cenário deixa claro o desafio das organizações em criar metodologias em interagir, desengessar antigos gestores e proporcionar um ambiente para novas gerações ofertando planos de carreiras reduzindo turnover possibilitando criar ambientes com equipes de diversas gerações apoiadas nos pilares dos valores da organização. (DRUCKER, 2013)

Uma vez que o ambiente corporativo é de multigerações, muitos desafios inevitavelmente surgem, mas esse tipo de diversidade também pode trazer benefícios para a organização. Reconhecer e aproveitar a história, experiência e sabedoria que a geração Boomer tem para oferecer é um excelente mecanismo para transferência de conhecimento e construção de equipes, enquanto as gerações X e

Y podem trabalhar com os Boomers promovendo maior eficiência com as tecnologias, mudanças de comportamento e novas culturas. O local de trabalho de hoje é uma mistura histórica e rica de cultura, conhecimento e experiência. (FORMENTON et al, 2017).

Utilizar ferramentas para promover o bem estar e atingir os objetivos da organização vem alinhar o planejamento estratégico, possibilitando realizar uma pesquisa de clima organizacional, identificar e distinguir as verdadeiras necessidades de seus colaboradores e criar mecanismos para proporcionar um clima de harmonia dentro da organização trazendo todos envolvidos ao objetivo principal da obtenção do lucro.

Dessa forma, o clima organizacional é um fator que influencia diversos indicadores que podem ser analisados em uma empresa e devem ser levados em consideração já que os melhorando, torna-se possível alcançar grandes resultados para a empresa e para os funcionários. (SILVA et al, 2017).

Através das disciplinas estudadas no curso MBA em Gestão de Pessoas despertou interesse em entender e contribuir com estudo científico como anda o desenvolvimento da Qualidade de Vida no Trabalho na área gráfica tendo em vista as múltiplas gerações coexistentes na organização. (MAXIMIANO, 2005).

Objetivo do trabalho é analisar através do estudo de caso a insatisfação dos colaboradores mediante a sua ampliação do parque gráfico, e utilizar ferramentas para melhoria da Qualidade de Vida no Trabalho diante do conflito das gerações Baby Boomers, X, Y, Z e Alpha.

REFERÊNCIAL TEÓRICO

1. QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO

As organizações com um único objetivo de melhorias nos resultados e na obtenção de lucros apostam na Qualidade de Vida no Trabalho ofertando aos seus colaboradores recursos para atender a necessidade de acordo com cada função, por volta dos anos 50 Eric Trist realizou pesquisa com intuito de compreender a satisfação dos colaboradores no seu ambiente de trabalho dando início as organizações criarem mecanismos para atender a todos os níveis da hierarquia (FRANÇA, 2003).

Qualidade de vida no trabalho (QVT) é um conjunto das ações de uma empresa que envolvem a implantação de melhorias e inovações gerenciais e tecnológicas no ambiente de trabalho. A construção da qualidade de vida no trabalho ocorre a partir do momento em que se olha a empresa e as pessoas como um todo, o que chamamos de enfoque biopsicossocial. O posicionamento biopsicossocial representa o fator diferencial para a realização de diagnóstico, campanha, criação de serviços e implantação de projetos voltados para a preservação e desenvolvimento das pessoas, durante o trabalho na empresa. (PILEIRO et al, 2018).

No Brasil apenas na década de 80 iniciou essa percepção da oferta da Qualidade de Vida no Trabalho, com essa aplicação e com investimentos as organizações atingiram mudanças no comportamento sociocultural, reflexos apresentados em seu comportamento, estímulos para se tornar cada dia mais competitiva.

No cenário marcado pela exuberância tecnológica, a Qualidade de Vida é uma necessidade? Ou é um modismo pós-industrial? Ou, ainda, é uma resposta a pressão da vida moderna diante das novas exigências de adaptação ao viver globalizado? (FRANÇA, 2003, p.20).

A globalização trouxe desenvolvimento e crescimento econômico, passamos pela produção em massa através das linhas de montagens Henry Ford se destacou pela utilização das linhas de montagens. Sobre saindo o surgimento da técnica japonesa da produção enxuta um sistema implantado pela Toyota. Com o decorrer dos anos foi observada necessidades em relação de rever melhorias não só nos processos de produção mais na Qualidade de Vida no Trabalho ofertada aos seus colaboradores. (MAXIMIANO, 2005)

Novos comportamentos apresentados pelos colaboradores e exigências no mercado obrigam a organização a ter certo cuidado por parte do planejamento estratégico.

Desde seu aparecimento na Terra, o homem convive com o risco. E, por não ter controlo sobre o risco, esteve sempre sujeito a todo tipo de acidente. Com o passar do tempo e o desenvolvimento da tecnologia, ele conheceu a roda-d'água, os teares mecânicos, as máquinas a vapor, a eletricidade até chegar à era dos computadores. Foi um longo aprendizado. Se, por um lado, os progressos científicos e tecnológicos facilitaram o progresso de trabalho em vários aspectos, por outro

geraram novos riscos. (CAMPOS, 2012, p.18).

A Qualidade de Vida no Trabalho dos brasileiros vem aumentando a cada dia um dos fatores determinantes a essa satisfação é a flexibilidade de horários encontrados em algumas empresas que apenas se importam com a entrega de resultados deixando seus colaboradores mais à vontade, se adequando a novas tendências do mercado.

Desafio no qual Hamel e Prahalad indica que a cada dia as organizações tende a enfrentar mudanças no comportamento de seus colaboradores sinais mais comuns encontradas que afetam a sua saúde física e emocional diante a pressão e metas estabelecidas a cada indivíduo diminuindo a Qualidade de Vida inibindo o desenvolvimento profissional e pessoal e do grupo. (ATTI, 2008)

Uma das lições a que Hamel e Prahalad se referiam, em relação à competitividade pelo futuro, diz respeito à preocupação que os gestores deveriam ter com a batalha pela liderança intelectual, e não com a batalha pela participação do mercado, que seria, em si, simples consequência. (ATTI, 2008, p.169)

É indispensável o departamento de recursos humano RH, adequar sugerir melhorias e condições adequadas para que os profissionais se sintam em um ambiente equilibrado que não tenha apenas como função de ajuste de cargos e salários.

2. ENCONTRO DAS GERAÇÕES NO MERCADO DE TRABALHO

O maior desafio das organizações é realizar a gestão das diversas gerações com valores totalmente diferentes no qual a Baby Boomers a maioria faz parte da diretoria, cargos de gestão com característica de crescimento, almejava o plano de carreira dentro da organização. Adaptaram se a novas maneiras e a uma nova visão das demais gerações para atingir os objetivos das organizações sem gerar conflito.

Os colaboradores mais antigos podem ser vistos como mais leais e menos engajados em mudanças ou em esforços de transformação. O oposto acontece com os jovens da Geração Y. Tais características remetem uma Baby Boomers, X, Y, Z e Alpha questão que se antes da entrada da Geração Y no mercado já era discutida, agora então, ela aflora no ambiente das empresas. O desafio fica por parte dos líderes em adaptar o seu perfil de liderança para gerir essa nova geração de colaboradores. (TRIDAPALLI et al, 2017).

Administrar o capital humano talvez essa seja o maior desafio das organizações diante a competitividade alinhar medidas a serem atingidas para desenvolver talentos diminuindo a rotatividade através de um modelo de gestão específica para cada indivíduo. (DRUCKER, 2013)

Geração X considerada pessoas nascidas entre 1960 a 1980 com uma visão bem diferente a anterior forte presença e atuação hoje no mercado do trabalho, com o surgimento da informática estes colaboradores foram se moldando ao novo sistema de trabalho criando impacto lentamente na busca de mão de obra qualificada e o surgimento do desemprego. (OLIVEIRA et al, 2010).

Em busca de novas oportunidades a geração Y década de 1980 a meados 1990, chegou à transição de diversas tecnologias presenciaram a evolução da internet vivendo mais conectada e globalizada. Com valores diferenciados das gerações anteriores não tem características de criar um vínculo com a organização, sempre em busca de novos desafios, grande parte dessa geração migrou para empreendedorismo. Necessidade de estarem conectados a redes sociais e qualquer dúvida a recorrer a sites de buscas.

Determinar como diferentes gerações percebem o local de trabalho é o primeiro passo no desenvolvimento de estratégias para melhorar a qualidade de vida profissional de todos os trabalhadores. Enquanto a diversidade geracional na força de trabalho promove uma gama mais ampla de talento, muitas vezes pode significar ideias conflitantes e estereótipos. Os Baby Boomers pensam que a Geração X precisa de uma ética de trabalho mais forte, a Geração X vê os Boomers como viciados em trabalho, e a Geração Y tem sido constantemente cercada por escolha e, portanto, não tendem a ficar em um trabalho por muito tempo. Exigem constante estímulo e a oportunidade de desenvolver suas habilidades. (FORMENTON et al, 2017).

Geração Z nascida na década de 1990 a 2010, com novo perfil de vínculo trabalhista desenvolve atividades cada dia mais virtual como o home Office executa as atividades da organização remotamente da sua casa, busca qualidade de vida e jornadas mais flexíveis e não criam raízes com a organização. Motivo pela qual a cada dia a organização vem disponibilizando ferramentas e benefícios aos colaboradores com um único objetivo a retenção de talentos.

A geração Alpha vem chegando ao mercado de trabalho com desafios a serem enfrentados, bombardeado de informações há todos instantes totalmente

dependentes da tecnologia. Busca de conhecimento através de plataformas de ensino, sem paciência de encarar um plano de carreira para chegar um cargo desejado como as gerações anteriores. Desafios das organizações criar ambientes produtivos nas suas equipes dentro de suas hierarquias. (SANTOS et al, 2018).

Isso é importante, pois cada geração vivenciou momentos diferentes na história, cresceram em um recorte de tempo distinto, particulares, ingressaram no mercado de trabalho em épocas diferentes e hoje dividem o mesmo ambiente organizacional. (BOTELHO et al, 2018).

Não há uma fórmula correta para definir o sucesso e a retenção de talentos diante o conflito das gerações Baby Boomers, X, Y, Z e Alpha, desafio para cada organização em compor estratégias, proporcionando ferramentas para atrair e atingir o objetivo da sua missão.

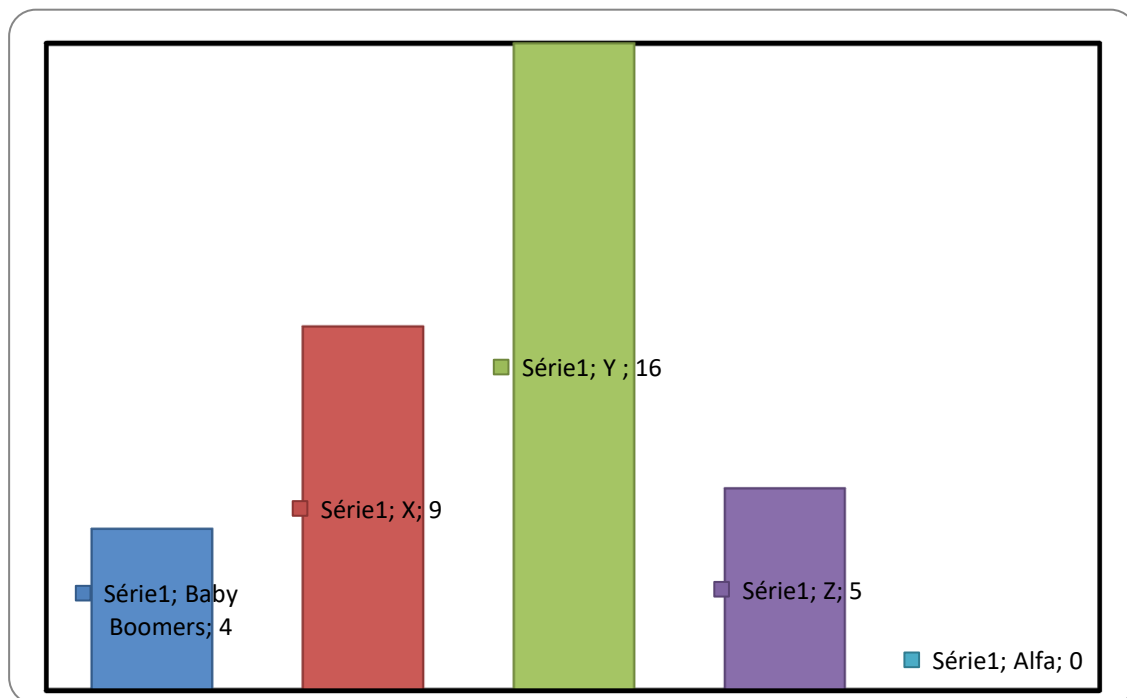
Para uma efetiva implantação por gestão de pessoas a organização precisa dispor de tempo, investimento e treinamento para atingir os objetivos e proporcionar ao colaborador ferramentas para despertar suas competências. Diante da diminuição de tempo entre gerações com características no qual a cultura organizacional tem a tendência de moldar de modo de cada geração vem se desenvolvendo. (MAXIMIANO, 2005).

A gestão por competência é de vital importância para as organizações, estas tem que está alinhada com sua missão, visão e valores para assim os colaboradores terem uma real credibilidade e competitividade maneira de gerir talentos. (BRAMBILLA et al, 2014).

Atualmente há profissionais de diferentes idades atuando no mesmo ambiente de trabalho, dessa forma, as organizações devem a enfrentar o desafio de lidar com diversas gerações, pois, a há indivíduos com diferentes valores e que possuem várias formas de fazer um mesmo trabalho. (SANTOS et al, 2018).

Estratégia de gestão de pessoas tem como ponto principal realizar a contratação correta trazer um colaborador para a organização que possa estar mais próximo da realidade da missão e visão não apenas um batedor de metas, treinar ou realizar mudança da cultura organizacional requer tempo e investimento para atingir um profissional comprometido. Gráfico abaixo expõe geração dos colaboradores que responderam a pesquisa.

Gráfico 1- Em qual desses períodos você nasceu?



Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

A estratégia é utilizar ferramentas para atingir seus objetivos, desde a presidência passando por todos colaboradores até chegar aos clientes, de forma a envolver todos para obter a transformação desejada.

3. METODOLOGIA

Pesquisa foi baseada em referências bibliográficas de livros, artigos, e pesquisa de campo com os 34 colaboradores da organização voltados ao tema qualidade de vida dos trabalhadores de uma indústria gráfica de forma qualitativa, quantitativa através de questionário aplicado aos colaboradores diante as suas reclamações pertinentes aos acidentes operacionais, processos, carga horária e rotatividade.

A investigação científica depende de um conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos para que seus objetivos sejam atingidos: os métodos científicos. Método científico é o conjunto de processos ou operações mentais que devemos empregar na investigação. É a linha de raciocínio adotada no processo de pesquisa. (PRODANOV, 2013, p. 126)

Pioneira na área gráfica com impressão tipográfica e Litográfica, não deixou de acompanhar a evolução dos sistemas de impressão de offset, suas atividades deram início em São Paulo anos mais tarde instalando na grande São Paulo. Hoje representa um dos maiores parques gráficos da América latina.

O estudo de caso foi realizado Follow Up localizada na cidade de Barueri na grande São Paulo, Fundada no início da década de 30, organização de capital fechado conta hoje com cerca de 1.000 colaboradores, com ampliação do parque gráfico em 2009. Tornou-se uma das maiores parques gráficos da América Latina atendendo o mercado internacional.

Método de recrutamento e realizado através de indicação de outros colaboradores no qual existem famílias com mais de 20 colaboradores, que muitas vezes trabalham no mesmo departamento. Exigência 2º grau completo, Hoje não existe teste para área operacional de chão de fábrica apenas uma entrevista, para operação de máquinas.

Garante sua participação no mercado internacional através de certificações Certificado de Cadeia de Custódia FSC - Garante que a matérias primas provenientes de florestas manejadas adequadamente e de outras fontes controladas. No qual todos seus clientes possuem o selo em suas embalagens e o ISO 9001:2008

Iniciou suas atividades na década de 30 vem colecionando prêmios de tecnologia de processos gráficos no Brasil e no exterior. Seus principais clientes: Kellogg's, Garoto, Kraft, JBS, Hiper Marcas, Bebidas e Fumos: Durable Packaging International, Campari, Mellita, Philips Morris, Farmacêuticos: Novartis, Cremer, Sanofi Aventis, Higiene e Limpeza: Unilever, Flora, P&G, Colgate-Palmolive. Com modelo de gestão familiar, e 100% do capital na família e os cargos de topo da empresa são ocupados por membros da família, a segunda geração familiar assumiu sucessivamente.

Investimento em nova estrutura dentro do processo produtivo apresentou melhorias na estrutura com a substituição de equipamentos, otimização de luz e ventilação, juntamente com o treinamento dos colaboradores apresentou a redução de tempo no de configuração das máquinas (setup), através de manutenção preventiva e aproveitamento de material.

75% dos seus colaboradores são pessoas vindas do nordeste sem experiência no mercado de trabalho, carga horária puxada dentro do risco

operacional dentro das instalações inadequadas. Existe equipamento disponível de EPI equipamento de proteção individual, mas o ambiente trás perigo por falta de demarcação de trajeto para pedestres e máquinas, armazenamentos impróprios e a falta de segurança nas instalações para colaboradores do departamento administrativos.

4. ESTUDO DE CASO DA FOLLOW UP PARQUE GRÁFICO

A Follow Up indústria gráfica dentro das suas instalações existe uma falta de adequação no seu sistema de ventilação na parte antiga no qual mais de 70% dos seus colaboradores desenvolvem suas atividades. Maquinário super aquece o ambiente de trabalho fazendo colaboradores chegar procurar ambulatório médico para atendimento nos dias mais quentes tornando lugares insalubres. Fugindo dos padrões de segurança.

O termo genérico qualidade de vida no trabalho engloba aspectos analisados anteriormente como motivação, satisfação, condições de trabalho, estilos de liderança, entre outros. Relacionados a estes aspectos, a lista de fatores que se constituem em pontos positivos e negativos do trabalho é bem ampla. (TOLFO, 2001).

Com a falta de um local adequado para descanso após as refeições fica clara a contaminação das embalagens com os uniformes dos colaboradores, a organização solicita aos colaboradores a não sentar ou deitar no chão, mas não oferece a eles um local adequado para o descanso um corredor ligado à fábrica produzindo barulho e ruídos com um banco de ferro para sentar. (ONU, 2015).

Sabemos que foge dos padrões dos armazenamentos da matéria-prima e produtos acabados juntamente com a movimentação das empilhadeiras sem demarcação de área de passagem para pedestres como guarda corpo.

Proteger os direitos trabalhistas e promover ambientes de trabalho seguros e protegidos para todos os trabalhadores, incluindo os trabalhadores migrantes, em particular as mulheres migrantes, e pessoas em empregos precários. (ONU, 2015).

Entender o motivo da rotatividade e do conflito gerados nas gerações em suas equipes. Com a função de proporcionar a organização soluções através de ferramentas para o aumento da produtividade proporcionando a diretoria e aos colaboradores soluções e melhoria continua dentro da Qualidade de Vida no

Trabalho e na obtenção de lucros. (MAXIMIANO, 2005).

Empresas não são poupadas e enfrentam as consequências do estresse relacionado ao trabalho em seu desempenho geral com o aumento do absenteísmo, do presenteísmo e da rotatividade de pessoal, além de relações de trabalho difíceis. (ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO, 2016)

Pesquisa realizada com colaboradores 34 colaboradores da Follow Up indústria gráfica podemos analisar fatores determinantes para o desenvolvimento do planejamento estratégico com o objetivo de proporcionar direcionamento nas táticas adotadas para o fortalecimento e desenvolvimento das atividades.

4.1 FERRAMENTAS COMO BUSCAM DE RESULTADOS NA GESTÃO

Apresentar ferramentas para utilização da melhoria contínua na obtenção da Qualidade de Vida no Trabalho aumentando sua competitividade. O reflexo impacta diretamente na produção reduzindo o custo proporcionando a satisfação de pessoas ou partes interessadas.

Vamos iniciar com a pesquisa do clima organizacional, para identificar a insatisfação dos colaboradores em relação à temperatura, movimentação de empilhadeiras e armazenamentos em local de trabalho inadequado, rotatividade, lugar para descanso conflito das gerações.

Dessa forma, o clima organizacional é um fator que influencia diversos indicadores que podem ser analisados em uma empresa e devem ser levados em consideração já que os melhorando, torna-se possível alcançar grandes resultados para a empresa e para os funcionários. (SILVA et al, 2017).

Com o objetivo de proporcionar melhorias ao público interno realiza ações de aproximar o colaborador fazendo dessa ferramenta uma vantagem competitiva, muitas vezes com pouco investimento realizando treinamentos, palestras motivacionais, utilização de canais internos de comunicação como redes sociais, campanhas promocionais, canal de comunicação no qual a empresa responda suas sugestões para motivar comportamento dos colaboradores.

Para que as empresas tenham o sucesso organizacional que tanto almejam, as mesmas precisam focar suas estratégias em todos os setores, visando a integração dos mesmos para que ajudem a alcançar objetivos e metas específicas, afinal, uma organização é um grupo de indivíduos que trabalham em equipe para

chegar no objetivo comum. (MACIEL, 2017).

4.1.1 PESQUISA DE CLIMA ORGANIZACIONAL

Para iniciarmos primeiramente temos de verificar como anda o clima organizacional da Follow Up, ouvir seus próprios colaboradores para medir o nível de satisfação individual para que não reflita no coletivo diante do desafio dos gestores e recursos humanos (RH) em proporcionar resultados através de medidas tomadas em virtude de resultados obtidos através de métodos como pesquisa que garanta sua confidencialidade no qual se sinta seguro para poder responder com sinceridade periodicamente.

A pesquisa de clima organizacional é uma ferramenta objetiva e segura, isenta de comprometimento com a situação atual, em busca de problemas reais na gestão dos Recursos Humanos. A análise, o diagnóstico e as sugestões, proporcionados pela pesquisa, são valiosos instrumentos para o sucesso de programas voltados para a melhoria da qualidade, aumento da produtividade e adoção de políticas internas. (BISPO, 2006).

Importante que a pesquisa de clima organizacional esteja alinhada com o planejamento estratégico da organização no qual cada uma tem de adaptar a sua realidade. Além de mapear e demonstrar aspectos negativos facilita a definição de planos de ação.

Para promover crescimento e desenvolvimento dos colaboradores, identificando à necessidade de treinamentos, diminuírem o índice de rotatividade, criando um ambiente de trabalho seguro alinhados a cultura da organização. (CARVALHO et al, 2010).

Porém, um dos fatores mais importantes a diferenciar a cultura de uma empresa da cultura de outra, talvez o mais importante, é a cultura nacional. Os pressupostos básicos, os costumes, as crenças e os valores, bem como os artefatos que caracterizam a cultura de uma empresa, trazem sempre, de alguma forma, a marca de seus componentes na cultura nacional. (MOTTA, 2012, p. 18)

Assim com a estratégia definida da utilização das ferramentas de gestão a serem dirigidas aos colaboradores, bem como a escolha do método a ser aplicado diante a avaliação de cada cenário através de treinamentos dentro do processo resultará na melhoria do clima organizacional com resultados expressivos na

qualidade de vida dos colaboradores e na implementação de soluções para a organização atingir seu objetivo.

Com o apoio dos recursos humanos RH e gestores usufruem métodos e recursos para implantação e forma de relacionar e engajar os colaboradores. Canais de comunicação, treinamentos tendo sempre em vista a valorização dos seus colaboradores reduzindo a rotatividade melhorando o engajamento envolvendo setores, oferta de benefícios como sorteios de show e cinema.

Então percebemos a importância de utilizar esta ferramenta como forma de conscientização e usá-la de uma forma transformadora no ambiente organizacional. Por isso a necessidade da integração total dos setores envolvidos para que tudo que for implantado seja um sucesso. (CARVALHO et al, 2015).

4.1.2 ENDOMARKETING

De um lado, as organizações preocupadas com produtividade em grande escala, vender seus produtos e serviços com eficiência para obtenção máxima do lucro. De outro lado funcionários desmotivados, sem perspectivas de crescimento na organização, pouco conhecimento da importância que tem sua função, poucos benefícios, entre outras divergências.

O endomarketing, sendo que sua função específica é inserir os próprios conceitos de marketing, porém internamente nas organizações, sendo assim, buscando o seu cliente interno, ou seja, o próprio colaborador. A integração efetiva dessa ferramenta desperta várias transformações nas organizações desde fatores econômicos e fatores sociais. (STKEINKE,2010)

O endomarketing torna-se responsável, então, por promover ações com a finalidade de exercer a integração do colaborador junto à empresa, criar métodos motivacionais, treinamentos, melhoria do ambiente de trabalho e das relações chefe/subordinado e entre os colaboradores, ações envolvendo seus familiares, gosto pelos produtos e serviços que a empresa disponibiliza para o mercado, melhoria do sentimento positivo de pertencer à organização e saber valorizar sua missão, visão e valores, entre outros. (LEMOS et al, 2017).

As dificuldades das empresas estão em conhecer seus valores, sua cultura e principalmente, seus colaboradores. O endomarketing pode fazer isso. A partir de uma pesquisa informal com os empregados é possível iniciar todo processo de

endomarketing. Com os dados em mãos, os grandes problemas são identificados. Na maioria das vezes, esses problemas não são vistos ou são negligenciados por eles.

A principal tarefa do endomarketing é melhorar o nível de comunicação da empresa. Para melhorar a comunicação, a empresa precisa identificar e investir em educação do colaborador é muito importante no início do processo. A informação deve ser nivelada de uma forma que todos entendam.

A estratégia do endomarketing consiste em conhecer as potencialidades dos colaboradores, investir em capacitação, dando condições de crescimento profissional e pessoal, e então gerenciar os processos de melhorias operacionais.

Deste modo, leva-se em consideração a importância de que as organizações busquem as melhores ações, atividades e ferramentas que fortaleçam a comunicação, o clima e os relacionamentos no ambiente organizacional, buscando além do retorno financeiro, atender as necessidades pessoais, anseios, habilidades e competências dos colaboradores das organizações que atuam neste setor produtivo, gerando fidelidade desses profissionais e o fortalecimento da imagem institucional da empresa. (MELO et al, 2018).

A redução dos custos de produção e o aumento do nível de satisfação dos empregados são identificados nas primeiras pesquisas de clima organizacional, que devem ser feitas um ano após o início do processo. A análise de mercado, identificação dos pontos fracos, forte, oportunidades e ameaças deverão ser constantes para avaliar o processo.

O resultado previsto será a diminuição dos custos, melhoria do nível de satisfação dos colaboradores, melhoria da comunicação organizacional e da qualidade de vida, tanto dos empregados, quanto de seus dependentes.

Com uma estratégia dessas, a organização fica em condições de realizar ajustes e manter-se competitiva, gerando resultados para os colaboradores, dependentes, comunidade, governo e, também, gerando dividendos para os acionistas.

4.1.3 ANÁLISE SWOT

A Análise SWOT foi elaborada pelo norte-americano Albert Humphrey, que liderou uma pesquisa na universidade de Stanford entre as décadas de 1960 e 1970, com o objetivo de realizar estudo dos cenários interno representando suas forças e

fraquezas e externo representado pelas oportunidades e ameaças de cada organização. (MAXIMIANO, 2005).

As organizações necessitam conhecer a si mesmas, tanto no que têm de positivo como de negativo, de forma a poderem explorar adequadamente seu potencial, seus recursos, enquanto evitam que suas limitações possam colocá-las em situação de desvantagem. Ao mesmo tempo, é fundamental conhecer o ambiente no qual a empresa atua, em todos os aspectos: concorrentes, clientes, cadeias de suprimento, tecnologia, valores e recursos da sociedade. Finalmente, a empresa precisa decidir-se acerca de seus objetivos e dos meios que utilizará para obtê-los, de quais pontos serão objeto de mudanças, harmonizando seu conhecimento de si própria com o entendimento do ambiente em que está inserida. (Carvalho, 2010, p.8-9).

O método utilizado logo criou força e se transformou num método muito praticado hoje em todas as empresas do mundo corporativo em relação as suas estratégias. Antes mesmo de montar um negócio sempre vem a palavra planejamento, muito conhecida no Brasil como análise FOFA, força, oportunidade, fraqueza e ameaças, uma ferramenta para analisar ambientes internos e externos.

Forças e fraquezas são características internas da empresa suas deficiências ou diferenciais, apresenta suas qualificações ou despreparo perante seus concorrentes, no caso dos aspectos externos, ameaças e oportunidades, são determinados pelos seus concorrentes. (FERNANDES et al, 2015).

No ambiente competitivo encontram-se as ameaças e as oportunidades à empresa. Internamente, a empresa tem pontos fortes e fracos. A análise chamada de SWOT (Strength, Weakness, Opportunities and Threats) tem como objetivo reconhecer as limitações, maximizando os pontos fortes da organização enquanto monitora oportunidades e ameaças no ambiente competitivo. (Carvalho e Laurindo, 2003, p. 27).

Essencial à análise SWOT é andar juntamente com o planejamento estratégico para garantir seu desenvolvimento e aumentar a participação no market share para garantir a sobrevivência da organização. Desenvolver ações estratégicas para uma nova mudança cultural da organização, com desafio de movimentar o ambiente interno e eliminar fraquezas do ambiente externo.

Figura 1 - Análise SWOT (FOFA)



Fonte: Elaborado pelo autor

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Objetivo do trabalho é analisar através do estudo de caso a insatisfação dos colaboradores mediante a sua ampliação do parque gráfico, e utilizar ferramentas para melhoria da Qualidade de Vida no Trabalho diante do conflito das gerações Baby Boomers, X, Y, Z e Alpha.

Qual a satisfação dos colaboradores diante o plano de carreira e dos benefícios ofertados pela organização mediante sua execução das atividades diárias e melhorias realizadas na nova instalação não foi suficientes para melhorar a qualidade de vida no trabalho dos seus colaboradores com o treinamento, desenvolvido e as ferramentas oferecidas e dos números da capacidade de produção ser maior que a instalada.

Refletem diretamente na produtividade e na insatisfação dos mesmos que afeta diretamente o objetivo da organização que é a obtenção de lucro. Pontos a serem trabalhados com colaboradores da geração Y, aqueles que acompanharam a revolução econômica, parecem não está claro a esses colaboradores diante da insatisfação com a relação de trabalho com os colaboradores como gerentes, supervisores e coordenação.

Com suas reclamações entre elas citadas sobre a carga horária podemos observar como é frequente a solicitação de hora extra no qual o ambiente interno não proporciona qualidade de vida como à falta de locais para descanso após as refeições e a falta de ventilação no chão de fábrica, criando locais insalubres e periculosidade com altos índices de afastamento de colaboradores que sofrem acidentes. É inegável observar o número de processos trabalhistas ocorrentes do descaso.

A Qualidade de Vida no Trabalho entra em contraste com a satisfação dos colaboradores que fazem parte da geração Y que gostam de trabalhar na organização diante do tempo de casa acima de 4 anos, diferente aos colaboradores da geração Z com comportamentos totalmente diferente impacientes ao processo de plano de carreira da organização no qual cargos estratégicos e operadores de máquinas estão sendo ocupados pelas gerações Baby Boomers, X, Y.

Diante do perfil do profissional da Follow Up, 76,47% representa os colaboradores entrevistados tem o curso médio completo no qual afirmam que não abandonam seus postos de trabalho mesmo insatisfeitos por que não iam receber o

mesmo salário em nenhuma organização, com 14,7% os colaboradores com curso superior completo e apenas 8.8% colaboradores com superior incompleto.

Foi observado quase 90% dos cargos de gestão são ocupados por colaboradores sem formação, adequada para gerir pessoas, valorizar o capital humano que o seu principal recurso. Convém ressaltar que a Follow Up é uma indústria de destaque, mas não perdeu suas características de empresa familiar.

Oxigenar relações humanas, controlar Turnover, baixa produtividade, participar de layout que aperfeiçoem recursos, planejar comportamentos focando a administração do tempo, inteirar homem e máquina, elaborar programas de controle de estresse, prevenir lesões por esforços repetitivos, prevenir acidentes do trabalho em linhas de produção de alto, baixo ou médio risco, munir responsabilidade dos Recursos Humanos junto aos gestores resulta na melhoria da qualidade de vida, proporciona o sucesso organizacional, faz com que a organização esteja inserida no mundo competitivo que temos hoje, com estratégias claras e bem definidas, com o desenvolvimento e comprometimento das equipes, tendo em vista que as pessoas são o maior bem de uma organização.

A liderança é altamente autocrática com os colaboradores não participa de nenhuma decisão, causa desconforto pela sua capacidade profissional. Os líderes tomam comportamentos de defesa ao seu cargo com medo de ser substituído. Investimento pesado nas tecnologias para atender as necessidades mercadológicas e existe mil maneiras de definir gestão do controle de qualidade, mas seu objetivo final é alcançar a excelência.

Evitar falhas do processo e desenvolvimento da produção vem através da escolha de um time de alta performance que possa diagnosticar a problemática, definir pratica e colocar prazo para busca de resultados.

Mas o investimento em maquinários é surpreendente, seu único pensamento é produzir reduzindo custo para atender à necessidade dos clientes. Para melhorar a produtividade não basta termos os melhores maquinários, más necessitamos investimentos em treinamento dos colaboradores, ferramentas que possa dar condições para desenvolver suas atividades, onde ao final desse aprendizado possa estar apto a levar ganhos na produtividade.

Com o intuito de cumprir a missão e visão da organização vale ressaltar em vista dos resultados obtidos que faz a necessidade de traçar um planejamento estratégico com a utilização das ferramentas de gestão com dados expostos

métodos para reelaborar a estrutura suprir as dificuldades e reestruturar cenários e proporcionar as novas gerações proporcionar catálogos de formação com o objetivo de realizar retenção de talentos de acordo com o grau que mais se identifica dentro dos níveis operacional, tático ou estratégico.

Como limitação do estudo identifica a dificuldade de encontrar colaboradores disposto a responder o questionário com medo de represaria por ser uma empresa familiar. Mas fica a oportunidade de observar o comportamento das novas gerações que vem substituir esses postos de trabalho.

Referencias

ATTI, Cesar; CUCHIERATO, Guilherme; GUIMALHÃES Telma. Leituras Clássicas. 1 Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2008.

BISPO, Carlos Alberto Ferreira. Um novo modelo de pesquisa de clima organizacional. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/prod/v16n2/06>. Acesso em 23 de agosto de 2018.

BOTELHO, Moisés Phillip; SOUZA, Ederson Fernandes de; FERREIRA, Leni Fátima; SIQUEIRA, Rosicley Nicolau de. Geração X,Y e baby boomes: um desafio atual para organização do segmento tecnológico. Disponível em: <http://periodicoscientificos.ufmt.br/ojs/index.php/repad/article/view/6003/4278> . Acesso em 23 de agosto de 2018.

BRAMBILLA, Flávio Régio; SOUZA, Cleverson Hoss de; KAERCHER, Adi Regina. Implantação da gestão por competências: análise qualitativa no departamento industrial de uma fabricante de cigarros. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/RBGGI/article/view/2428/1480>. Acesso em 20 de agosto de 2018.

BRASIL. Organização Internacional do Trabalho. Estresse no local de trabalho: é hora de aliviar o fardo. Disponível em: <http://www.ilo.org/brasilia/noticias/WCMS475248/lang-pt/index.htm> . Acesso em 20 de agosto de 2018.

BRASIL. Organização Pan-Americana da Saúde e Organização Mundial da Saúde. 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 20 de agosto de 2018.

CAMPOS, Armando Augusto Martins. CIPA - comissão interna de prevenção de acidentes: uma nova abordagem. 20 Ed. São Paulo: SENAC, 2012.

CARVALHO, Lessandra Figueiredo de. A importância do endomarketing e sua contribuição para uma empresa de telecomunicação como estratégia de marketing. Disponível em: <HTTPS://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/51333/R%20-%20E%20-%20LESSANDRA%20FIGUEIREDO%20DE%20CARVALHO.pdf?sequence=1&isAllowed=y> . Acesso em 27 de agosto de 2018.

CARVALHO, M. M; LAURINDO, F. J. B. Estratégias para a competitividade. São Paulo: Futura, 2003.

CARVALHO, Marly Monteiro de; LAURINDO, Fernando José Barbin. Estratégia competitiva: dos conceitos à implementação. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

CARVALHO, Rosânia Pereira de Santana; FREITAS, Wesley de; NUNES, Bárbara Rafaela de Souza; PEREIRA, João Vitor Cardoso; TEIXEIRA, Maisa França;

OLIVEIRA, Fábio Viana de. A qualidade de vida no trabalho como fator de competitividade: estudo de caso no departamento de recursos humanos da empresa Jalles Machado S/A. Disponível em: <http://anais.unievangelica.edu.br/index.php/cifaeg/article/view/773> . Acesso em 27 de agosto de 2018.

Clima organizacional. Modelo de Questionário. Disponível em: https://plataforma.opinionbox.com/cadastrados/pesquisa/responder/id/5664/HASHTAG/teste_1536344520930/mode/exemplos . Acesso em 23 de agosto de 2018.

DRUCKER, Peter Ferdinand. O Gestor eficaz. 1 Ed. Rio de Janeiro: LTC, 2013.

FERNANDES, Isac Gabriel Martins; FIGUEIREDO, Heloísa Marques; JUNIOR COSTA, Hilton Luiz da; SANCHES, Salvador Garcia. Planejamento estratégico: análise SWOT. Disponível em: <[http://www.aems.com.br/conexao/edicaoatual/Sumario2/downloads/2013/3/1%20\(81\).pdf](http://www.aems.com.br/conexao/edicaoatual/Sumario2/downloads/2013/3/1%20(81).pdf) . Acesso em 07 de outubro de 2018.

FERRO, Fernanda Fernandes. Instrumento para medir a qualidade de vida no trabalho e a ESF: uma revisão de literatura. Disponível em: <[hppts://www.nescon.medicina.ufmg.br/biblioteca/pesquisa/simples/ FERRO,%20Fernanda%20Fernandes/1010](http://www.nescon.medicina.ufmg.br/biblioteca/pesquisa/simples/ FERRO,%20Fernanda%20Fernandes/1010)>. Acesso em 20 de agosto de 2018.

FORMENTON, Tathiana da Cruz; STEFANO, Silvio Roberto. Geração e mercado de trabalho suas relações com as organizações. Disponível em: <http://revistas.pucsp.br/index.php/ReCaPe/article/view/32855> . Acesso em 23 de agosto de 2018.

FRANÇA, Ana Cristina Limongi. Qualidade de vida no trabalho: conceitos e práticas nas empresas da sociedade pós-industrial. 1 Ed. São Paulo: Atlas, 2003.

GRAMKOW, Alessandra. Inovações tecnológicas e qualidade de vida no trabalho: estudo de casos na construção de edificações. Disponível em: http://WWW.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP1999_A0455.PDF. Acesso em 20 de agosto de 2018.

KUROGI, Marcia Sumire. Gerações e mercado de trabalho suas relações com as organizações. Disponível em: <http://pgsskroton.com.br/seer/index.php/rcger/article/view/2642/2512>. Acesso em 23 de agosto de 2018.

LEMOS, Ciro Antônio Perreira; PEREIRA, Francielle Cristina de Moraes; MESQUITA, Jéssica Jordânia. A importância do endomarketing nas indústria calçadistas de Nova Serrana-MG. Disponível em: <http://177.8.219.7:8081/revista/index.php/R1/article/view/79> . Acesso em 07 de outubro de 2018.

MACIEL, Dayane Cristina Teixeira. Endomarketing como ferramenta estratégica: um estudo da percepção dos colaboradores de uma empresa localizada no extremo sul catarinense. Disponível em:

<http://repositorio.unesc.net/bistream/1/5597/1/DayaniMaciel.pdf> . Acesso em 27 de agosto de 2018.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Teoria geral da administração: da revolução urbana à revolução digital. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2005.

MELO, Caroline Gross; GAMMARANO, Igor de Jesus Lobato Pompeu. Cliente interno como fator chave da empresa: análise das práticas de endomarketing nas organizações do setor de açaí. Disponível em:< <http://revistas.unama.br/index.php/coloquio/article/view/1093>> . Acesso em 07 de outubro de 2018.

MISSIUNAS, Rafael de Carvalho. A importância da análise do clima organizacional. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/producao-academica/a-importancia-da-analise-do-clima-organizacional/4940/> . Acesso em 23 de agosto de 2018.

MOTTA, Fernando C. Prestes. Cultura organizacional e cultura brasileira. 11. reimp. São Paulo: Atlas, 2012.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. Ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

SANTOS, Iane Marília Aquino; MARROCOS, Raquel Braga de Carvalho; OLIVEIRA, Erika Maria Jamir de. Características e conflitos entre as gerações no ambiente de trabalho: um estudo exploratório. Disponível em: <http://revistaopara.facape.br/article/view/175/126> . Acesso em 23 de agosto de 2018.

SILVA, Marília de Azevedo da; DIAS, Simone Regina. Pesquisa de clima organizacional: um estudo de caso em uma empresa do segmento automotivo. Disponível em:< <http://periodicos.estacio.br/index.php/papirussantacatarina/article/view/4150/2100>> . Acesso em 23 de agosto de 2018.

STKEINKE, Estela. O endomarketing na cultura organizacional de uma instituição de ensino superior (IES): o caso URI-Santo Ângelo-RS. Disponível em: <http://livros01.livrosgratis.com.br/cp148324.pdf> . Acesso em 07 de outubro de 2018.

TRIDAPALLI, Jerônimo; SILVA, Everaldo da; ZIEDE, Mariangela Kraemer Lenz; MARCOLLA, Claudemir. Os conflitos da geração x e y no mercado de trabalho. Disponível em: <http://www.periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/revistahumus/article/view/7849/4839> . Acesso em 23 de agosto de 2018.

APÊNDICE

Questionário Qualidade de Vida no Trabalho

1- Há quanto tempo você trabalha nessa empresa?

- Há menos de 1 ano Entre 1 e 2 anos Entre 2 e 3 anos
 Entre 4 há mais de 5 anos

2- Pensando em uma escala de 1 a 5, onde 1 é não gosto nada e 5 é gosto muito, o quanto você gosta de trabalhar aqui?

Não gosto nada 1 2 3 4 5 Gosto muito

3- Você sabe quais são as expectativas que a empresa tem em relação ao seu trabalho?

- Não tenho a mínima ideia Nunca pensei sobre isso
 Sim, tenho total certeza

4- Você costuma fazer hora extra?

Raramente Com muita frequência Sempre

5- Como é a sua relação de trabalho com os colaboradores, gerente, supervisor ou coordenador?

Muito tranquila Um pouco conturbada Muito conturbada

6- Como é o seu ambiente de trabalho? Temperatura, local de descanso, movimentação de equipamentos?

Desconfortável Um pouco confortável Muito confortável

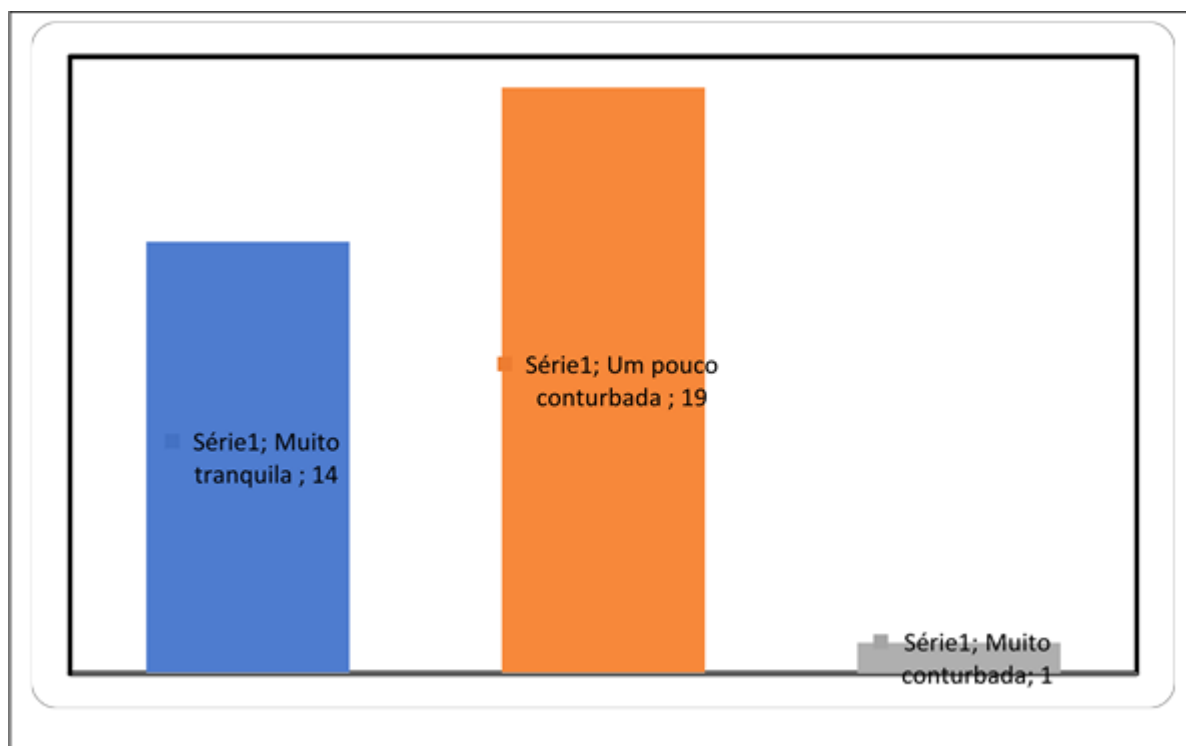
7- Em qual deste período você nasceu?

- 1951 a 1964 1965 a 1983 1984 a 1990
 1991 e 2010 Depois 2010

8- Qual é o seu grau de escolaridade?

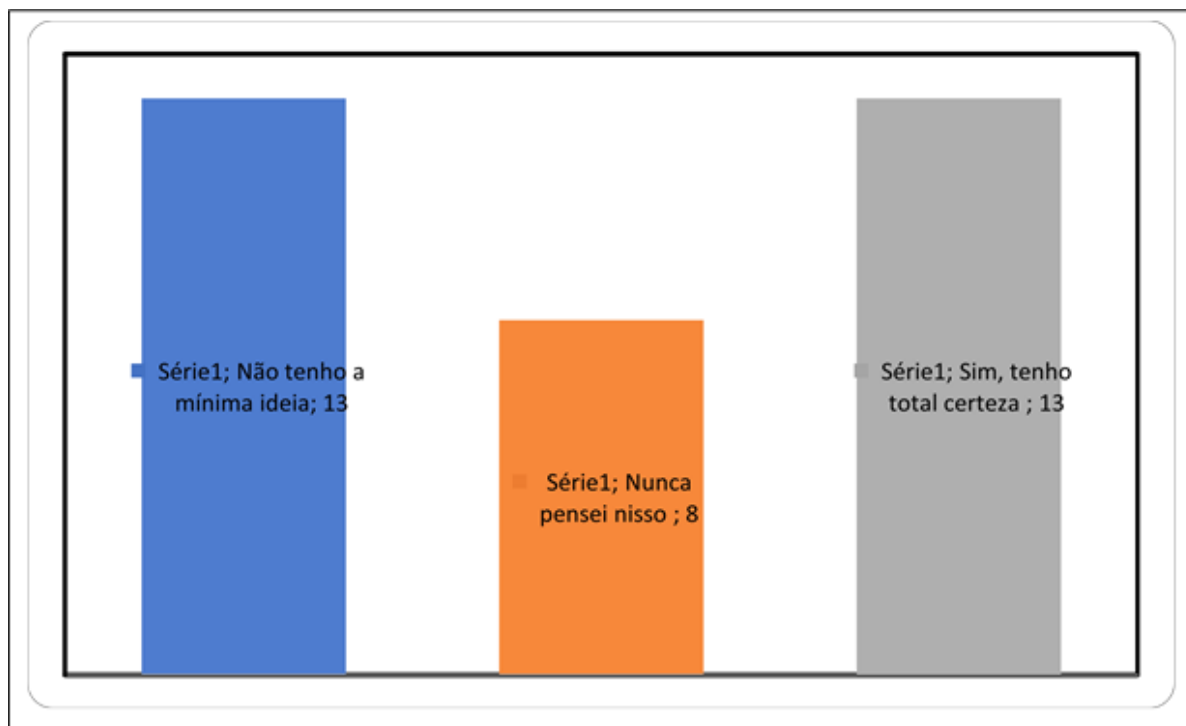
Médio completo Superior completo Superior incompleto

GRÁFICO 2 – COMO É A SUA RELAÇÃO DE TRABALHO COM OS COLABORADORES, GERENTES, SUPERVISOR OU COORDENADOR?



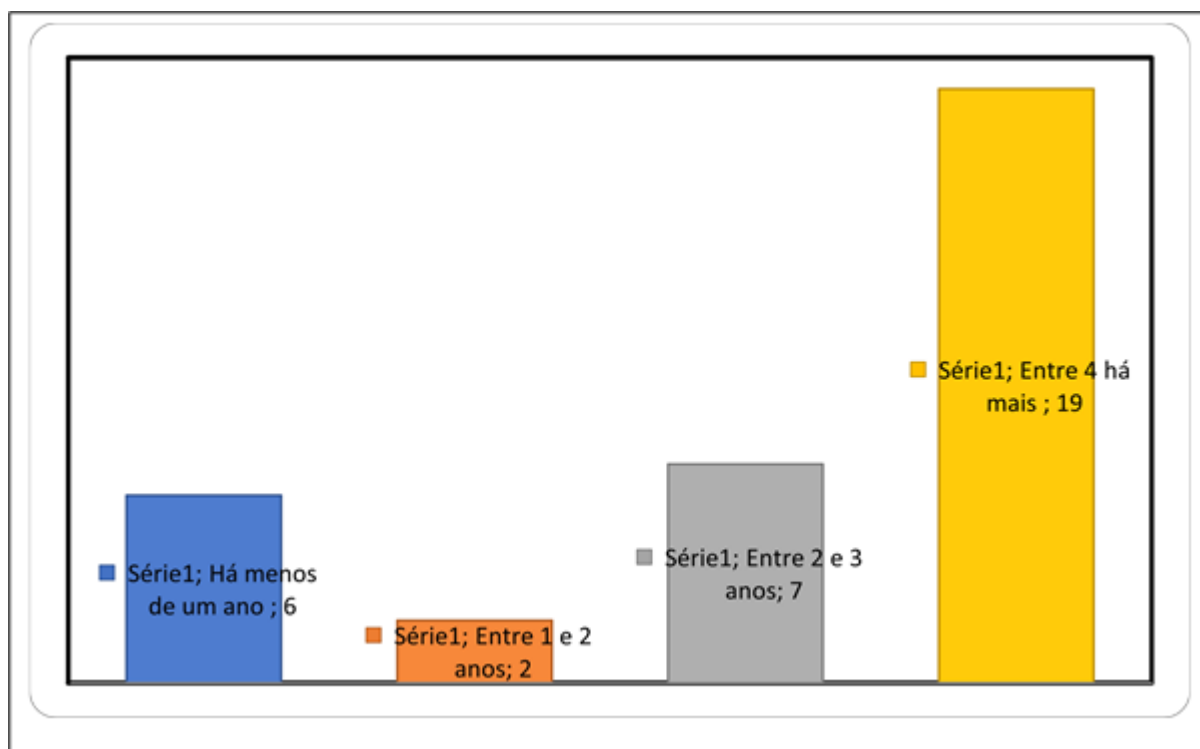
Fonte: Elaborado pelo autor, 2018

GRÁFICO 3 – VOCÊ SABE QUAIS EXPECTATIVAS QUE A EMPRESA TEM EM RELAÇÃO AO SEU TRABALHO?



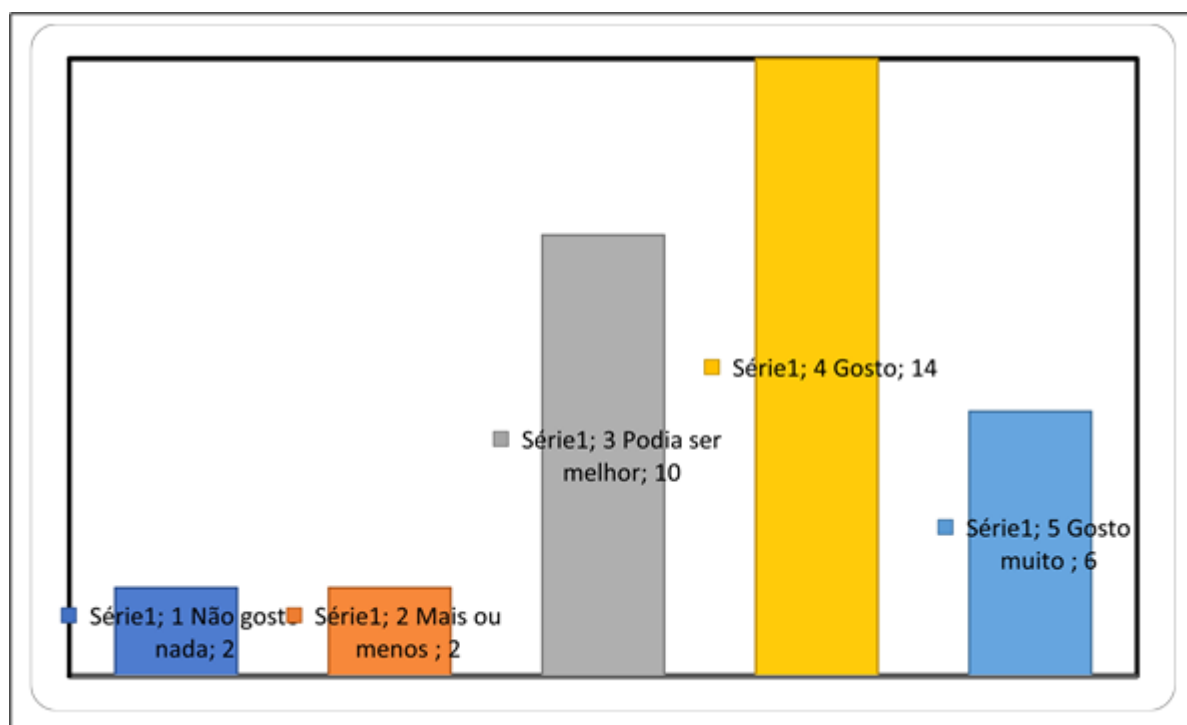
Fonte: Elaborado pelo autor, 2018.

GRÁFICO 4 – HÁ QUANTO TEMPO VOCÊ TRABALHA NESTA EMPRESA?



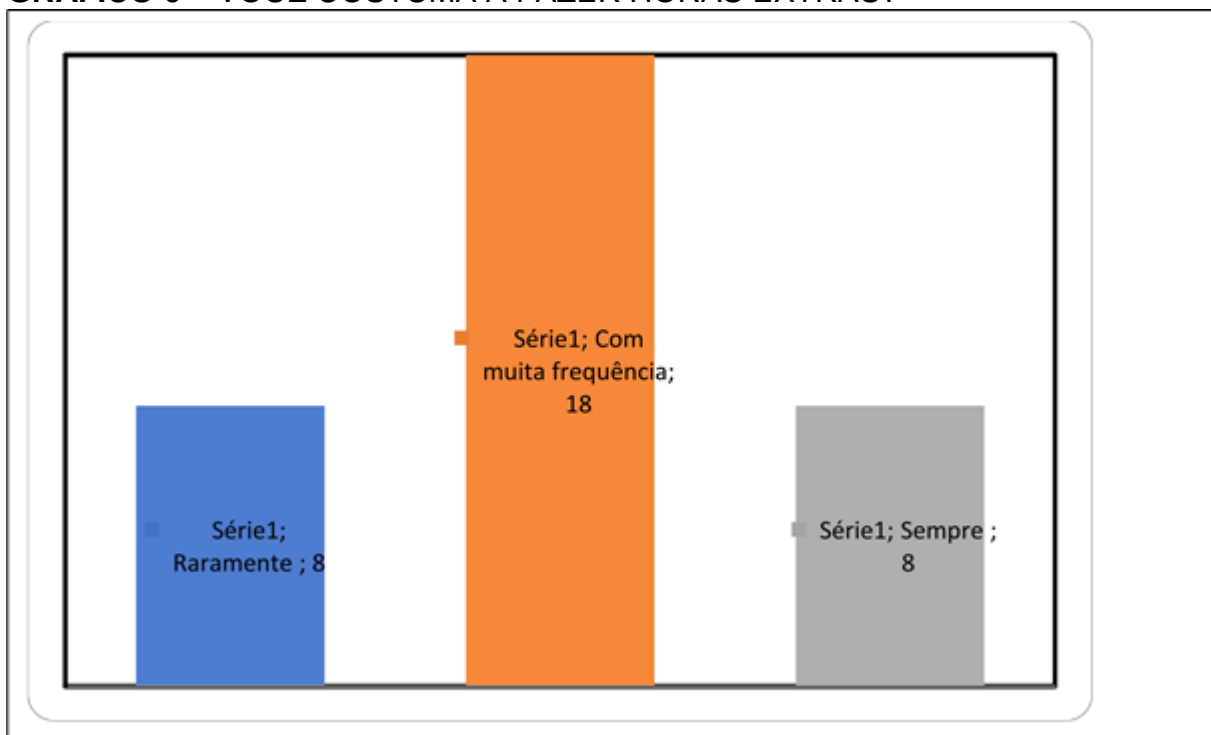
Fonte: Elaborado pelo autor, 2018.

GRÁFICO 5 – PENSANDO EM UMA ESCALA DE 1 A 5, ONDE 1 É NÃO GOSTO NADA E 5 É GOSTO MUITO, O QUANTO VOCÊ GOSTA DE TRABALHAR AQUI?



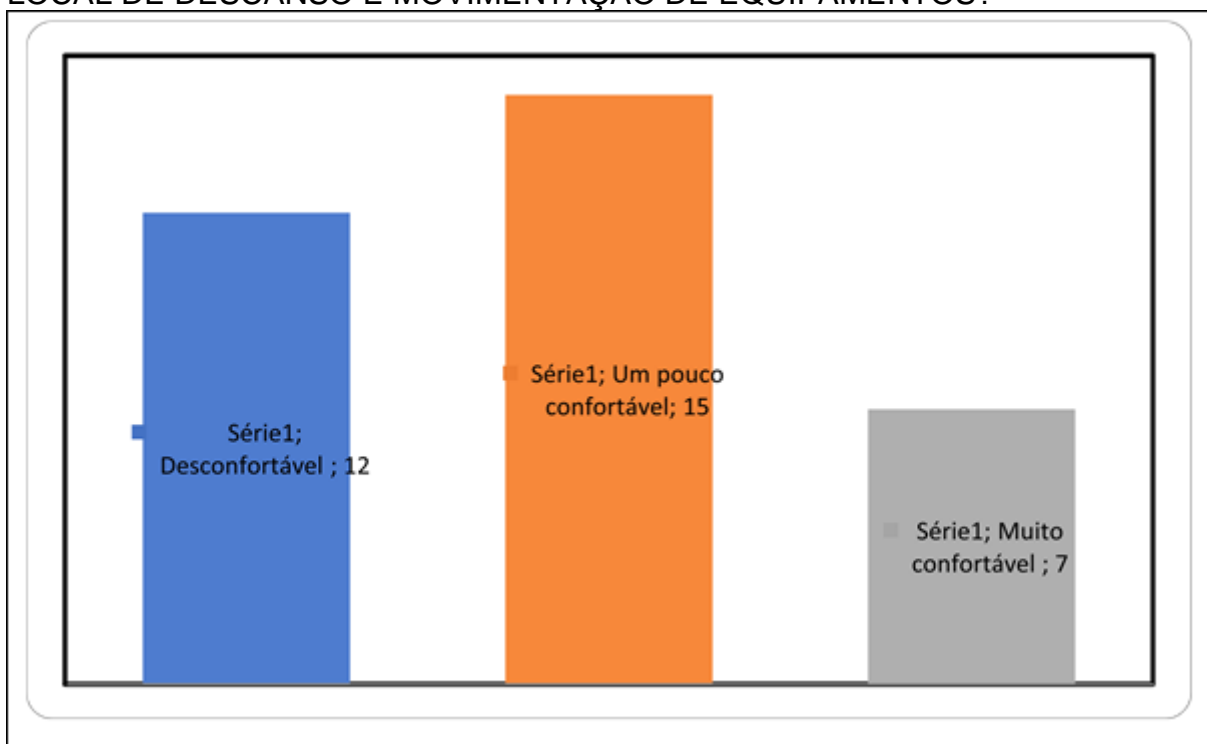
Fonte: Elaborado pelo autor, 2018.

GRÁFICO 6 – VOCÊ COSTUMA A FAZER HORAS EXTRAS?



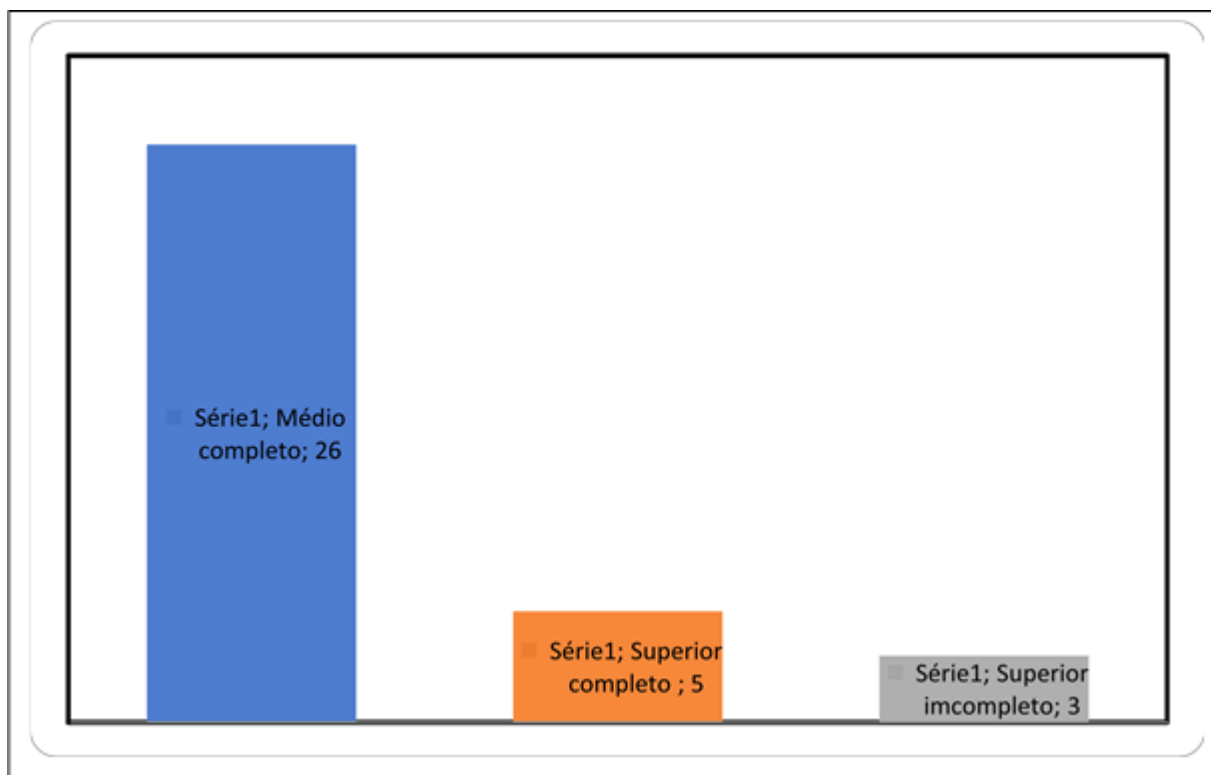
Fonte: Elaborado pelo autor, 2018.

GRÁFICO 7 – COMO É SEU AMBIENTE DE TRABALHO? TEMPERATURA, LOCAL DE DESCANSO E MOVIMENTAÇÃO DE EQUIPAMENTOS?



Fonte: Elaborado pelo autor, 2018.

GRÁFICO 8 – QUAL É O SEU GRAU DE ESCOLARIDADE?



Fonte: Elaborado pelo autor, 2018.

Quality of Life at Work Stimulates Results in Graphic industry

Enio Tadashi Nose – Universidade Anhanguera de Osasco/SP
noseenio@uol.com.br

Fábio Silva de Assis – Universidade Anhanguera de Osasco/SP
fabiosilvadeassis@gmail.com

Marco Antônio Cordeiro – Universidade Anhanguera de Osasco/SP
marco.cordeiro@anhanguera.com

Alessandro Marco Rosini – Universidade Anhanguera de Osasco/SP, Centro Universitário
Várzea Grande - UNIVAG/MT
alessandro.rossini@yahoo.com

Angelo Palmisano, Centro Universitário Várzea Grande - UNIVAG/MT
angelopalmisano@uol.com.br

ABSTRACT

The article presented is a case study of Follow Up, than is one largest graphic park in State of São Paulo, with purpose to analyze if there is conflict in coexistence of Baby Boomers, X, Y, Z and Alpha generations, dissatisfaction with work on places of insalubrity and dangerousness, for temperature, forklift movement, improper storage in workplace, turnover, and lack of resting place after meals, have before the organization challenge bringing the Quality of Life at Work and thus align with your mission, vision and values. Within the strategies adopted after the growth your graphic pole and layout change, in their new installations, with intention to take continuous improvement in view of results obtained in research with the collaborators, was defined some management tools that provided most appropriate decision-making regarding the talents retention withal the satisfaction and personal development each individual, because they involve several aspects such as psychological, physical, social and be based on all the claims made yours employees dissatisfied with its activities in unhealthy or periculou places. Therefore the objective is create a strategic planning, with some benefits, and make the team more competitive with each other, for either developer your growth personal, professional on a balanced and satisfactory environment by reducing turnover to facilitate and achieve profitability on a balanced and satisfactory environment reducing turnover to

facilitate reach get lucre, because having expenses with Quality of Life at Work in long time as a matter of fact is investment.

KEY WORDS: Generation Baby Boomers, X, Y, Z and Alpha; Quality of Life at Work; Management tools.